

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

Е.Г. Иващенко

подпись И.О. Фамилия

« 20 » 10 2022 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Роберт Яковлев
Александрович

1. Тема выпускной квалификационной работы:

Мультимедийный контент в рекламных СМИ: творческий проект
(утверждена приказом от 15.03.2023 № 594-ур)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 15.06.2023

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: —

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке во-
просов): 1. Контент как феномен мультимедийной нейр-
маркетинга; 2. Особенности контента в интернет-
СМИ «АСТ 24»; 3. Создание авторского контента и мемория
амурской прессы

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программ-
ных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) Таблица А.1 -
Контент-анализ контента издания «АСТ 24»; Приложение
Б - Результаты социологического опроса.

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним
разделов) —

7. Дата выдачи задания 20.10.2022

Руководитель выпускной
квалификационной работы (проекта) Аркадова О.Б., доцент, канд. филос. наук
(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дд.мм.гг.): 20.10.22 Я
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 60 с., 2 приложения, 62 источника.

ЛОНГРИД, МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, ИНТЕРНЕТ-СМИ, РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ, АСН24, АМУРСКАЯ ПЕЧАТЬ

В нашей работе исследованы характеристики лонгрида, а также проанализированы спецпроекты, размещенные в региональном СМИ «АСН24». Тем самым анализ теории и практики позволил нам создать собственный лонгрид.

Цель работы – на основе изученной теории создать локальный медиапроект в формате лонгрида на тему «История амурской прессы» на базе «Амурской службы новостей» (далее – «АСН24»).

В бакалаврской работе мы применили формально-логический теоретический метод исследования – индуктивное умозаключение, а также содержательно-логический метод – анализ и синтез. Кроме того, нами были использованы эмпирические методы: прямое включенное наблюдение, работа с документами.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Лонгрид как феномен мультимедийной журналистики	8
1.1 Мультимедийный лонгрид: о понятии и истории	8
1.2 Особенности и перспективы лонгридов в современной журналистике	12
1.3 Требования к созданию и содержанию мультимедийного лонгрида	19
2 Особенности лонгридов в интернет-СМИ «АСН24»	25
2.1 Характеристика интернет-издания «АСН24» и его лонгридов	25
2.2 Анализ мультимедийных лонгридов издания «АСН24»	28
3 Создание авторского лонгрида «История амурской прессы»	44
3.1 Этапы работы над лонгридом: от планирования до публикации	44
3.2 Структура и композиция лонгрида «История амурской прессы»	46
Заключение	51
Библиографический список	54
Приложение А Контент-анализ лонгридов издания «АСН24»	61
Приложение Б Результаты социологического опроса	66

ВВЕДЕНИЕ

В современной журналистике контент стал обличаться в новые формы подачи информации для привлечения внимания аудитории. Благодаря мультимедийным возможностям журналисты создают уникальный медиапродукт, который включает в себя различные элементы: видео, аудио, инфографику, анимации и т.п. Одним из таких проектов в мультимедийной журналистике является лонгрид. Данная форма передачи информации достаточно популярна среди региональных СМИ, но при этом мало изучена и слабо развита. В связи с этим **актуально** создание авторского мультимедийного лонгрида.

Степень разработанности темы исследования представлена источниками, которым мы разделили на две основные группы.

К первой группе мы отнесли исследования авторов о становлении и развитии мультимедийной журналистики в целом. Мы опирались на работы таких авторов как С. Д. Балмаева, И. В. Зиновьев, А. Г. Качкаева, С. А. Шомова. Перечисленные исследователи рассматривали генезис мультимедийной журналистики и связанные с ней трансформации профессии.

Ко второй группе мы отнесли работы авторов о технологической стороне создания мультимедийных лонгридов. Над разработкой данной темы работали: А. А. Золотухин, В. А. Волкоморов, М. Войтович, В. Пуля. Все они придерживаются мнения о том, что мультимедийные лонгриды стали довольно востребованным форматом, который имеет определенные технические требования.

Научная новизна данного исследования заключается в попытке создать новый медиапроект в формате лонгрида на базе амурского интернет-СМИ «АСН24».

Объект работы – мультимедийный лонгрид и его особенности.

Предметом исследования выступает создание и описание собственного творческого проекта в формате лонгрида.

Эмпирическую базу исследования составляют лонгриды, опубликованные в региональном СМИ «АСН24» с 2017 по 2023 года. Для чистоты эксперимента мы будем анализировать материалы на социальную и историческую тематику.

Цель нашей работы – на основе изученной теории создать локальный медиапроект в формате лонгрида на тему «История амурской прессы» на базе интернет-СМИ «АСН24».

В рамках данной цели решаются следующие **задачи**:

- рассмотреть понятие «лонгрид» и описать его историю;
- описать особенности и перспективы развития лонгрида в современной журналистике;
- выявить основные требования к созданию и содержанию лонгрида;
- провести анализ лонгридов, опубликованных в региональном СМИ «АСН24»;
- создать собственный мультимедийный лонгрид;
- описать структуру и композицию лонгрида «История амурской прессы»;
- выделить этапы работы над проектом.

Методы исследования. При написании данной работы были использованы следующие методы исследования: формально-логический теоретический метод – индуктивное умозаключение, а также содержательно-логический метод – анализ и синтез. К эмпирическим методам в нашей работе относятся: прямое включенное наблюдение и работа с документами.

Теоретическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы при дальнейшем изучении темы лонгридов.

Практическая значимость работы заключается в создании полноценного лонгрида для амурского издания «АСН24». Кроме того, результаты исследования могут быть полезны в качестве руководства для студентов-журналистов, а также использованы в деятельности практикующего журналиста.

Структура бакалаврской работы строится в соответствии с поставленными целью и задачами, включая в себя: реферат, содержание, введение, три главы, заключение и список литературы.

Данное исследование было апробировано в рамках научно-практических конференций:

– Четырнадцатые Кирилло-Мефодиевские чтения «Русский язык и медиакоммуникации в поликультурном регионе» в докладе «Лонгрид как жанр современной журналистики» (09.12.2023);

– Межвузовская студенческая научно-практическая конференция «Слово в пространстве текста» в докладе «Специфика лонгрида как жанра современной журналистики (на примере интернет-издания «Лента.ру»)» (19.04.2023);

– XXXII научная конференция Амурского государственного университета «День науки», секция «Медиакоммуникации: теория и практика» в докладе «Особенности мультимедийных лонгридов в региональных СМИ (на примере интернет-издания «АСН24»)» (20.04.2023).

1 ЛОНГРИД КАК ФЕНОМЕН МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

1.1 Мультимедийный лонгрид: о понятии и истории

В последние десятилетия в результате кардинальных трансформаций цифровой медиасреды существенно изменилось функционирование медиаиндустрии и журналистики в целом. Активное развитие средств массовой информации (далее – СМИ), как и любой другой сферы нашей жизни, требует постоянных преобразований в этом цифровизованном мире. Именно одно из самых масштабных изменений в медиасфере произошло в 2012 году, которое ознаменовано созданием первого лонгрида. Он является одним из самых успешных способов взаимодействия большого текста с читателями в рамках современной конвергенции медиапространства.

Для начала, нам стоит остановиться на двух важных понятиях «мультимедиа» и «мультимедийность». Они вошли в научный оборот именно с развитием Интернета. А. В. Смирнов определяет мультимедиа как «систему современных аппаратных и программных средств, позволяющих работать в интерактивном режиме с текстом, графиком, звуком и изображением в едином комплексе»¹. А под мультимедийностью мы будем понимать «представление различных по своей природе форматов (текст, звук, фото- и видеоизображения) информации в одном медийном источнике»². Именно такое определение дает А. А. Никитенко.

Перейдем непосредственно к лонгриду. Стоит отметить, что понятие «мультимедийный лонгрид» среди российских исследователей не имеет однозначного названия. Авторы учебника «Мультимедийная журналистика» это подтверждают: «Если вы спросите, как в редакциях «The New York Times» или «The Guardian» называют свои мультимедийные проекты, то тоже не получите однозначного ответа. Сейчас – спустя 4-5 лет после запуска первых из них – журналисты и продюсеры объединяют их под общими названиями: «мультимедийные

¹ Смирнов А. В. Что такое мультимедиа? М., 2006. С. 54.

² Никитенко А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий. Воронеж, 2009. С. 162.

истории», «визуальные истории», «интерактивный сторителлинг», «лонгрид» (длинное чтение)»³. В англоязычных СМИ также не существует единого термина для лонгрида. Наиболее распространены такие обозначения как: «long form», «interactive guide», «long read», «multimedia interactive», «multimedia project» и другие.

Вообще, термин «лонгрид», произошедший от английского «long read», дословно переводится как «долгое чтение» и означает в широком понимании объемный журналистский материал, предполагающий длительное и глубокое прочтение.

Для однозначного определения термина «мультимедийный лонгрид», мы обратимся к исследователям, изучающим данную форму подачи информации.

По мнению М. Н. Булаевой, лонгрид – это «мультимедийный проект, посвященный конкретному событию или проблеме, актуальной дате. Ключевой характеристикой такого формата является объем и продолжительность материала, а основой – журналистский текст»⁴.

Исследователь Д. П. Чигаев характеризует лонгрид как «формат подачи медиатекстов большого объема, характеризующийся высокой степенью креолизации вербальных и медийных элементов. Основными признаками лонгридов, таким образом, являются продолжительное время прочтения и креолизованный характер»⁵.

Д. В. Шпилева описывает лонгрид как «метод создания конвергентного журналистского материала, включающего аудио, видео, фото, интерактивные и гипертекстуальные элементы»⁶.

³ Качкаева А. Г. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов. М., 2018. С. 132.

⁴ Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат. Челябинск, 2015. С. 121.

⁵ Чигаев Д. П. Лонгрид как разновидность креолизованного текста [Электронный ресурс] // Медиаскоп: офиц. сайт. URL: <http://www.mediascope.ru/2270> (дата обращения: 10.04.2023).

⁶ Шпилева Д. В. Лонгрид как актуальный журналистский метод подачи информации. Челябинск, 2019. С. 103.

Д. К. Воробьева относит лонгрид к «жанру интернет-журналистики, который представляет собой текст, историю, рассказанную с использованием полноэкранных фотографий, аудио-и видеоматериалов, анимации, 3D-моделей, инфографики»⁷.

Мы видим, что некоторые исследователи характеризуют лонгрид как формат (М. Н. Булаева, А. А. Градюшко, К. О. Ухова и др.), другие – как метод (Д. В. Шпилева и др.) и последние – как жанр журналистики (Д. К. Воробьева, А. В. Колесниченко, А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина и др.). В нашей работе мы будем придерживаться определения М. Н. Булаевой, ведь наш лонгрид посвящен 128-летию амурской прессы, а основу проекта составляет журналистский текст.

Ознакомившись с понятием «мультимедийный лонгрид», перейдем к истории появления данного формата.

В печатных изданиях формат аналогичный лонгриду существует на Западе с середины прошлого века, но имеет другое название – *long form journalism* («журналистика длинных форм») – это отрасль журналистики, специализирующаяся на текстах, объем которой превышает 1000 слов. Первые лонгформы появились на страницах таких изданий, как *The New Yorker*, *Esquire*, *Harper* в 1960-х годах. Классическим примером подобной формы в Средневековье являлись трактаты, в эпоху Ренессанса – памфлеты, к XX веку появились эссе. В отечественной журналистике подобные материалы часто называли расширенными репортажами или же очерками.

Впервые о лонгридах в современном понимании этого слова заговорили в 2012 году. Именно тогда американское издание «*The New York Times*» опубликовал лонгрид «*Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek*» («Снегопад: лавина в проходе Крик»)⁸. В основе материала – длинный текст, превышающий 10 000 слов, который сопровождается различными мультимедийными элементами (ви-

⁷ Воробьева Д. К. Жанрово-композиционные особенности лонгрида. М., 2016. С. 3066.

⁸ Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek [Электронный ресурс] // *The New York Times*: офиц. сайт. URL: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek> (дата обращения: 10.04.2023).

део, фотогалереями, графикой, аудиозаписями и др.). Они все настолько гармонично сочетаются, что читатель буквально погружен в данную ситуацию. Графический директор данного проекта Стив Дуенес отметил цель этого материала – «найти способы погрузить читателей в мультимедийный формат, затем позволить им пройти через него, а после – выйти»⁹. Snowfall фурор и собрал более 3,5 миллионов просмотров за несколько месяцев. Эксперты убедились в том, что американское издание создало нечто новое и уникальное в мультимедийной журналистике. И именно «The New York Times» определил то, как должен выглядеть материал будущего.

Именно с этого момента «сноуфолл» прочно вошел в цифровую журналистику и его название стало нарицательным для обозначения подобных мультимедийных историй.

Различные отечественные СМИ начали публиковать материалы, вдохновленные лонгридом «Snowfall». «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Lenta.ru» и другие активно используют данный формат для того, чтобы рассказать своим читателям глубокие и объемные истории, которые просто не приживутся в традиционных СМИ. Например, в интернет-издании «Lenta.ru» в октябре 2013 вышел спецпроект, который посвящен событиям в России 1993 года – «Конец советов: 20 лет»¹⁰. Посмотрев на данный лонгрид, можно уследить некие черты «Snowfall», но в отличие от него, спецпроект «Lenta.ru» реконструировал события, происходящие в октябре 1993, а не стал сосредотачиваться на одной истории, как «The New York Times».

Таким образом, на сегодняшний день лонгрид является относительно новой формой передачи информации в журналистике, и, как следствие, для этой формы пока не существует единого теоретического подхода. Мы это подтвердили работами исследователей, которые рассматривали лонгрид как формат,

⁹ Sonderman J. How The New York Times' 'Snow Fall' project unifies text, multimedia [Электронный ресурс] // Poynter: офиц. сайт. URL: <https://www.poynter.org/reporting-editing/2012/how-the-new-york-times-snow-fall-project-unifies-text-multimedia/> (дата обращения: 10.04.2023).

¹⁰ «Конец советов: 20 лет» [Электронный ресурс] // Lenta.ru: офиц. сайт. URL: <https://age.lenta.ru/1993/> (дата обращения: 10.04.2023).

жанр, метод и т.д. В отечественной журналистике уже намечены пути для популяризации лонгридов, а это значит, что вскоре они станут еще более востребованными среди читателей.

1.2 Особенности и перспективы лонгридов в современной журналистике

Итак, мы остановились на следующем определении лонгрида исследователя М. Н. Булаевой: это «мультимедийный проект, посвященный конкретному событию или проблеме, актуальной дате. Ключевой характеристикой такого формата является объем и продолжительность материала, а основой – журналистский текст»¹¹. Несмотря на то, что лонгрид в российской журналистике – формат относительно молодой, у него уже сформировались свои особенности.

Для журналиста при создании лонгрида в приоритете всегда должна оставаться текстовая часть, а визуальная сторона – дополнять и насыщать материал необходимыми мультимедийными элементами: фото, аудио, видео, инфографикой и другими. Все это нужно для полного погружения читателя в историю, чтобы он «пережил» все этапы и пришел к определенным выводам.

Кроме того, очень важная составляющая хорошего лонгрида – работа с несколькими десятками, а то и сотнями, источников. Лонгрид требует глубокой и тщательной проработки информации и длительной работы «в поле»¹². Здесь же важно помнить о том, что текст должен быть подкреплён фактами, мнениями экспертов или участников истории.

Особенно важно структурировать текст, разделяя его заголовками и подзаголовками на отдельные истории. Таким образом, мы облегчим читателю навигацию по лонгриду и визуально сделаем наш проект емким и качественным.

И, безусловно, каждый журналист при создании лонгрида должен опираться исключительно на вкусы своей аудитории. Значит предварительно нужно проанализировать, кто будет читать материал и для каких целей он будет создан.

¹¹ Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат. С. 121.

¹² Галустян А. А., Кульчицкая Д. Ю. Как делать мультимедийные лонгриды? Практическое пособие по созданию материалов для онлайн-СМИ. М., 2015. С. 10.

Любопытно, что на сегодняшний день точной классификации лонгридов нет. Однако их можно разделить по форме и содержанию. А. А. Золотухин и Ю. Н. Мажарина выделили два типа лонгридов по форме:

– *традиционные лонгриды* (текст и статичные иллюстрации). То есть это просто длинный текст, сопровождающийся статичными фотографиями. По сути, такой тип лонгрида мы можем видеть в печатных СМИ;

– *мультимедийные лонгриды*¹³. То есть это лонгриды, в которых используются всевозможные мультимедийные элементы (видео, аудио, инфо-графика и т.д.).

Исследователь Д. К. Воробьева в свою очередь выделяет следующие типы лонгридов по содержанию:

– *репортаж*. Автором здесь является именно рассказчик, а не главный герой материала. Рассказчику необходимо интересно рассказать о том, что он увидел так, чтобы читателю показалось, будто бы он это видел собственными глазами. Пример – спецпроект «Chita.ru» под названием «Каково. Деревня возле Читы, где живет один человек»¹⁴;

– *реконструктор*. Здесь речь идет о воссоздании какого-либо события или цепи событий, его анализ, выяснение причин и последствий. Здесь огромное значение играют дополнительные эффекты: музыка, видеовставки и т.д. Именно они погружают читателя в определенное время и события, задают нужное настроение. Например, материал «Земля отчуждения» издания «Коммерсантъ»¹⁵;

– *портреты* (или «people stories»). Сюда следует отнести очерк, интервью. Самое главное в таком лонгриде – раскрыть личность главного героя, его принципы и характер. Здесь уже большую роль играют фотогалереи, слайд-шоу и т.д.

¹⁶ Например, тут мы можем выделить лонгрид интернет-издания «Lenta.ru» –

¹³ Золотухин А. А., Мажарина Ю. Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? Воронеж, 2015. С. 94.

¹⁴ «Каково. Деревня возле Читы, где живет один человек» [Электронный ресурс] // Chita.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.chita.ru/text/longread/2019/10/22/71124758/> (дата обращения: 10.04.2023).

¹⁵ «Земля отчуждения» [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: офиц. сайт. URL: <https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl> (дата обращения: 10.04.2023).

¹⁶ Воробьева Д. К. Жанрово-композиционные особенности лонгрида. С. 3066.

«Разговоры о Гоге. Жизнь великого режиссера Георгия Товстоногова в воспоминаниях близких»¹⁷.

Кроме того, важно отметить критерии, которым должен соответствовать каждый лонгрид. М. М. Лукина и Н. Г. Лосева отмечают, чтобы от начала до конца выдержать формат лонгрида, событие должно отвечать определенным критериям:

- событие развивается во времени;
- событие включает эпизоды, которые можно описать эпитетом «самый»;
- в сюжете есть детали, которые проще изобразить графически;
- много фактуры для видео;
- много бэкграундовой и справочной информации;
- потенциально сюжет может развиваться с помощью пользовательского контента¹⁸.

Любопытно, что для мультимедийной статьи есть правила относительно сюжета. Их выделил исследователь А. А. Амзин. И таким образом он дополнил предыдущие пункты:

- наличие в истории событийного сюжета, проблемы, героя;
- потенциал визуализации;
- эксклюзивность и оригинальность контента (делаем ставку на первичные источники информации)¹⁹.

А вот А. В. Колесниченко в своей работе «Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе» определил основные характеристики спецпроектов, такие как системность темы; глубокое исследование темы журналистом с большим количеством источников информации; большой объем текста²⁰.

¹⁷ «Разговоры о Гоге. Жизнь великого режиссера Георгия Товстоногова в воспоминаниях близких» [Электронный ресурс] // Lenta.ru: офиц. сайт. URL: <https://lenta.ru/features/tovstonogovbig/> (дата обращения: 10.04.2023).

¹⁸ Балмаева С. Д. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика. Екатеринбург, 2010. С. 43.

¹⁹ Амзин А. А. Как новые медиа изменили журналистику. Екатеринбург, 2016. С. 187.

²⁰ Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе [Электронный ресурс] // Медиаскоп: офиц. сайт. URL: <http://www.mediascope.ru/1691> (дата обращения: 10.04.2023).

Также исследователи В. В. Витвинчук и М. И. Бондаренко указали в качестве главного свойства лонгрида «характерный wow-эффект». То есть качественный спецпроект должен поражать аудиторию своей подачей, «сочетанием использования каналов коммуникации и богатой визуальной составляющей»²¹.

Художественное построение мультимедийных лонгридов, как правило, достаточно многосложно. Это объясняется тем, что такие спецпроекты состоят из нескольких взаимодополняемых глав, которые выстраиваются в зависимости от сюжета и драматургии текста. Тут же стоит сказать о том, что достаточно часто встречаются лонгриды, имеющие линейную структуру, то есть хронологическое повествование. Однако существуют и исключения, в данном случае они идут только на пользу – журналисты экспериментируют и создают лонгриды с нелинейным повествованием, и это делает материал более оригинальным и ярким. В таких лонгридах обязательно должна присутствовать упрощенная навигация для читателя, например, гипертекстуальное меню.

Таким образом, лонгрид является уникальным проектом, который требует тщательного отбора информации, структурированного вида и яркого визуального сопровождения. Важно отметить, что конкретной классификации мультимедийных лонгридов нет. Однако исследователи прорабатывают этот вопрос и активно изучают на просторах Интернета подобные проекты.

Что касается перспектив развития мультимедийного лонгрида, тут тоже не все так однозначно. В современном медиамире бытует довольно распространенное мнение о том, что читатели интернет-СМИ, как правило, не интересуются объемными текстами. И даже более того, длинный текст для многих людей является «фактором раздражения»²². Именно такое мнение имеет большее число респондентов в исследовании Г. Г. Щепиловой и ее коллег под названием «Восприятие длинных текстов поколением «цифровых островитян».

²¹ Бондаренко М. И. Лонгрид как новый жанр отечественной журналистики. Барнаул, 2016. С. 287.

²² Щепилова Г. Г. Восприятие длинных текстов поколением «цифровых островитян» [Электронный ресурс] // Медиаскоп: офиц. сайт. URL: <http://www.mediascope.ru/node/2089> (дата обращения: 10.04.2023).

Однако компания по отслеживанию активности в социальных сетях «Newswhip» утверждает обратное. В декабре 2013 года она провела исследование популярности новостных материалов в сети Интернет (в 2017 году были обновлены результаты). Исследователи выяснили, что пользователи предпочитают журналистские материалы до 500 слов (короткие заметки) или более объемные аналитические статьи от 1200 слов (лонгриды)²³. Также А. А. Золотухин и Ю. Н. Мажарина отмечают: «Исследования показывают: современный читатель 30 минут свободного времени предпочтёт потратить не на 10 заметок, а на один лонгрид. При условии, что он будет качественным по форме и содержанию. Эксперты говорят о том, что чаша весов читательского интереса качнулась от журналистики факта к журналистике объяснений, которая рассказывает о сложных событиях и явлениях в доступном формате»²⁴.

Многие эксперты утверждают, что мультимедийные лонгриды, являясь «длинным» чтением, возвращают в журналистику такое понятие, как «качество». «Драматургия, эксклюзив, расследование, проблемная или архивная история, аналитика – все это про лонгриды, которые при этом могут считаться еще и качественным развлечением, в том числе из-за их нарочитой мультимедийности и визуальности»²⁵. То есть данные проекты играют огромную роль в современных интернет-СМИ и помогают делать журналистику качественнее, обдуманнее и оригинальнее.

Лонгриды в России тоже достаточно популярны. Многие издания охотно публикуют длинные истории, тем самым поднимая охваты и завоевывая авторитет среди своих читателей. Но стоит отметить, что в российской практике слово «лонгрид» не прижилось так, как за рубежом. Скорее, более популярное название для данного материала – «спецпроект». Такие интернет-СМИ, как «Lenta.ru»,

²³ I thought long form was dead – then I saw these awesome stats [Электронный ресурс] // «NewsWhip»: офиц. сайт. URL: <https://www.newswhip.com/2013/12/article-length/> (дата обращения: 10.04.2023).

²⁴ Золотухин А. А., Мажарина Ю. Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? С. 94.

²⁵ Качкаева А. Г. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов. С. 128.

«ТАСС» и «Коммерсант» уже укоренили это понятие для своей постоянной рубрики материалов с большим количеством интерактивных элементов.

Галина Тимченко, российская журналистка, также высказала мнение о перспективе развития лонгридов в нашей стране: «То, что раньше было отдельным жанром «мультимедиа», теперь проникает во все лонгриды. Или в «Firestorm» у «Guardian» – ты видишь на заходной странице огромную фотографию, и стоит тебе подвигать мышкой, как она оживает. Там есть все жанры – фото, видео, инфографика, спутниковая съемка, карта распространения пожаров – и все это в сочетании с человеческой историей. Пройдет год – и все фичеры в более или менее технически подкованных изданиях будут мультимедийными»²⁶.

Наши российские СМИ буквально пестрят лонгридами. Их можно встретить в изданиях «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Lenta.ru», «ТАСС», МИА «Россия сегодня» и во многих других. Также стоит отметить, что лонгриды сыграли главную роль в становлении интернет-изданий «Батенька, да вы трансформер» и «Такие дела».

Мультимедийные лонгриды также довольно часто встречаются в амурских интернет-изданиях, таких как «2x2», «АСН24» и других. В региональной журналистике при явном доминировании информационных жанров лонгриды остаются единственным способом публикации объемных, серьезных, красочных материалов. Но, как правило, такие проекты содержат излишнее количество текста, рекламные баннеры, а также направлены на узкую часть аудитории СМИ. Однако есть и исключения. Например, на сайте «АСН24» можно найти более разнообразные лонгриды на социальную, политическую, историческую тематику и т.д. Лонгриды на региональном уровне все же развиваются и совершенствуются. Все зависит от профессионализма журналистских кадров. Ведь чем выше уровень подготовленности сотрудника в создании лонгридов, тем выше уровень технологии сторителлинга в региональных медиа.

²⁶ Варламова Д. «Журналистика – не миссия, а профессия»: Галина Тимченко об образовании и будущем медиа [Электронный ресурс] // Theory and practice: офиц. сайт. URL: <https://science.theoryandpractice.ru/posts/8703-timchenko-interview> (дата обращения: 10.04.2023).

Несмотря на популярность мультимедийных лонгридов в интернет-СМИ, среди исследователей все же возникают споры насчет будущего этих проектов. Например, А. В. Колесниченко, анализируя лонгриды отечественных изданий, убедился в том, что СМИ не используют весь потенциал данного формата. В зарубежной журналистике напротив лонгриды продолжают активно развиваться. Исследователь А. В. Колесниченко утверждает, что «всплеска популярности лонгридов и появления их в большинстве российских СМИ в ближайшие годы ожидать не стоит». Это связано с бедностью российских СМИ, журналисты не в силах заниматься одной темой на протяжении нескольких недель. Региональные СМИ больше ориентируются на информационное ориентирование читателей в виде коротких заметок.

Исследователи сообщества «We shall burn bright» выделяют основные проблемы при создании мультимедийных лонгридов:

- *дорогой контент;*
- *дорогая разработка;*
- *дорогой «обвес» (дороговизна мультимедийных элементов);*
- *большая времязатратность*²⁷.

Однако не все согласны с тем, что «от лонгридов не стоит ждать всплеска в ближайшие годы». Н. Обухов, создатель платформы Tilda Publishing, считает, что «скоро настанет новая эпоха – цифрового сторителлинга. Это как золотой век русской литературы – только в интернете»²⁸. Такого же мнения придерживается лингвист М. Ильяхов. Он уверен в том, что аудиторию регулярно стоит поощрять новыми форматами. Журналисты должны активно следить за окружающей обстановкой и придумывать что-то новое²⁹. То есть будущее лонгридов за журналистами, именно эту мысль до нас пытается донести М. Ильяхов.

²⁷ Серебрян Б. Как делать по лонгриду в месяц [Электронный ресурс] // Medium.com: офиц. сайт. URL: <https://medium.com/посетитель-читатель-что-делать-медиа/как-делать-по-лонгриду-в-месяц-275ecc56ebab> (дата обращения: 10.04.2023).

²⁸ Обухов Н. 10 правил сторителлинга [Электронный ресурс] // Theory&Practice: офиц. сайт. URL: <https://special.theoryandpractice.ru/storytelling> (дата обращения: 10.04.2023).

²⁹ Савина А. «Чтобы воздействовать на аудиторию, нужно быть честным и информативным»: Максим Ильяхов о том, как писать хорошие тексты» [Электронный ресурс] // Theory&Practice: офиц. сайт. URL: https://theoryandpractice.ru/posts/11417-editors?utm_source=tnp&utm_medium=search (дата обращения: 10.04.2023).

Таким образом, лонгрид все же является довольно перспективным форматом современной журналистики, несмотря на разногласия исследователей. Ведь популярность спецпроектов подтверждается тем, что люди сегодня буквально тонут в огромном потоке информации и, соответственно, нуждаются в качественных и проработанных текстах.

Конечно, это довольно тяжелый проект с профессиональной точки зрения, ведь журналисты затрачивают очень много времени на подобные материалы, не говоря уже о региональных СМИ. Там лонгриды, безусловно, всячески развивают, журналисты методом проб и ошибок создают подобные проекты. Но все же их сложно сравнить с зарубежными лонгридами, наполненными анимацией, 3D-графикой, сложными статичными схемами, информационными играми и другими элементами.

1.3 Требования к созданию и содержанию мультимедийного лонгрида

Безусловно, создание мультимедийного лонгрида является довольно трудоемким и длительным процессом. Для упрощения этой задачи и экономии времени существуют определенная схема действия. Исследователи А. А. Галустян и Д. Ю. Кульчицкая выделяют следующие этапы работы над лонгридом:

а) планирование:

- 1) определение темы и ее исследование;
- 2) разработка идеи, концепции, определение жанра и формата лонгрида;
- 3) подбор команды, анализ слабых и сильных сторон участников проекта;
- 4) написание плана лонгрида;
- 5) создание сценария работы над материалом.

б) создание:

- 1) разработка раскадровки лонгрида;
- 2) создание блока ТЗ (технического задания);
- 3) продюсирование;
- 4) проверка собранного материала;

- 5) корректировка концепции лонгрида и его раскадровки;
- 6) формирование второго блока ТЗ;
- 7) работа с собранным материалом;
- 8) сборка проекта из отдельных частей.

в) публикация:

- 1) тестирование лонгрида на разных устройствах;
- 2) анонсирование материала и его продвижение³⁰.

На этапе планирования важно продумать тему, структуру лонгрида и его идею, а также обеспечить себя хорошей командой. Для создания более качественного проекта В. Пуля советует использовать рабочую группу, которая состоит из журналистов, съемочной группы, продюсера, фотографа, выпускающего редактора и дополнительных участников³¹.

Необходимо также заострить внимание на понятии «story board». Это графическая модель создаваемого проекта, где отмечена структура материала, визуал и т.д. Простыми словами, это раскадровка будущего проекта на мультимедийные элементы.

Вся собранная информация анализируется командой. В основном данным процессом руководит выпускающий редактор. Однако высказаться может каждый. После утверждения окончательной версии лонгрида, запускается процесс работы с информацией и редактирование элементов³².

Очень ответственный этап для лонгрида на этапе создания – верстка собранного материала. Для этого необходимо выбрать специальную платформу. Чаще всего журналисты пользуются блочным конструктором сайтов «*Tilda Publishing*», так как он довольно прост в работе и имеет бесплатные функции.

³⁰ Галустян А., Кульчицкая Д. Как делать мультимедийные лонгриды? Практическое пособие по созданию материалов для онлайн-СМИ. С. 15.

³¹ Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид [Электронный ресурс] // MediaTollbox: офиц. сайт. URL: <http://mediatoolbox.ru/longread/> (дата обращения: 10.04.2023).

³² Галустян А., Кульчицкая Д. Как делать мультимедийные лонгриды? Практическое пособие по созданию материалов для онлайн-СМИ. С. 25.

Кроме того, на данной платформе можно приобрести платные тарифы – персональный и для бизнеса. Помимо «Tilda» специалисты прибегают к другим сервисам для создания лонгридов:

– «*Readymag*». Эта платформа популярна благодаря огромному количеству шаблонов, возможности работать с различными шрифтами и шапками проектов;

– «*Medium*». Созданные с его помощью проекты получаются довольно простыми и в тоже время зрелищными;

– «*Stampsy*». Здесь речь идет о создании довольно емкого и лаконичного лонгрида. Особенность этого сервиса в необычной графике и функции вставки видеоконтента;

– «*Racontr*». Платформа позволяет создавать иллюстрации, текст, видео и соединять их в одну большую историю;

– «*Exposure*». Этот сервис предлагает базовый функционал для создания лонгрида (видео с хостингов, картинки и текст). Кроме того, готовый проект можно опубликовать на другом сайте;

– «*Shorthand*». Платформа дает возможность вставлять разные форматы медиафайлов;

– и другим.

На самом деле, платформ для создания лонгридов довольно много. Все они работают по одному принципу, но отличаются наполнением. В итоге мы пришли к выводу, что для создания качественного лонгрида, прежде всего необходимо поработать с информацией, которую удалось добыть. А уже после выбрать подходящий сервис-конструктор.

А. А. Галустян и Д. Ю. Кульчицкая в своей работе «Как делать мультимедийные лонгриды?» отмечают, что при верстке лонгрида необходимо придерживаться следующих правил:

– не нужно последовательно предоставлять на суд читателя два видео, ведь звуки могут перекрывать друг друга;

– нужно избегать большого скопления текста и медиаэлементов. Иногда подобный прием допустим, если журналист намеренно подчеркивает важный момент в повествовании³³.

Так, исследователи В. А. Волкоморов и К. Г. Драницина выделили основные требования к оформлению спецпроектов:

- большое количество мультимедийных и интерактивных элементов;
- грамотное оформление типографики;
- наличие мобильной версии;
- кнопка «поделиться в социальных сетях»;
- возможность комментирования³⁴.

Все это, безусловно, гарантирует успех проекта. Однако верстать лонгриды со сложным функционалом в основном способны специалисты IT-сферы. Плюс ко всему, это требует больших временных и финансовых затрат. Региональные СМИ в свою очередь не всегда обладают большими бюджетами, поэтому позволить себе подобную «роскошь» ранее просто не могли. Сегодня же региональные СМИ активно внедряют подобные проекты на своих сайтах.

Перейдем непосредственно к содержанию лонгридов. Мы уже не раз говорили о том, что мультимедийные элементы в лонгриде обязательны. Это способствует приобретению многомерности текста и положительно сказывается на восприятии материала читателем.

Д. П. Чигаев в своей статье «Лонгрид как разновидность креолизованного текста» говорит о важности рассмотрения формата с позиции отношения именно мультимедиа и самого текста. Исследователь в свою очередь выделяет медийные элементы лонгридов, среди которых:

- *изображения* – статичные, интерактивные и анимированные (фотографии, рисунки, схемы и графики, инфографика, фон);
- *интерактивная графика* (онлайн игры и тесты);

³³ Галустян А., Кульчицкая Д. Как делать мультимедийные лонгриды? Практическое пособие по созданию материалов для онлайн-СМИ. С. 25.

³⁴ Волкоморов В. А., Драницина К. Г. Tilda как платформа для верстки лонгридов в региональных сетевых изданиях. Екатеринбург, 2017. С. 31.

- *аудио* – звуки на фоне, дикторский текст, песни, аудио-интервью и др.;
- *видео*³⁵.

Отметим, что перечисленный набор элементов довольно общий и абстрактный. Дополняет этот список сборник МГУ «Интернет и интерактивные электронные медиа»³⁶. Так, в структуру лонгрид также входят:

- *статичная иллюстрация* (отражает суть события);
- *фоторепортажи, фотогалереи* (фоторассказ о явлении);
- *слайд-шоу* (фоторассказ, где изображения сменяют друг друга);
- *анимированная иллюстрация* (иллюстрация, анимированная сама по себе);
- *аудиоверсия текста* (дикторский текст);
- *аудиоиллюстрация* (аудиозапись определенной части текста, несущая смысловую нагрузку);
- *видеосюжет* (видеосообщение, которое имеет определенный сюжет);
- *видеоиллюстрация* (видео определенной части проекта);
- *видеоколонка, видеоочерк, видеокомментарий* (видео с «говорящей головой»);
- *аудиослайд-шоу* (фотоистория, в которой присутствует звуковое сопровождение);
- *интерактивная видеоколонка* (видео, в которое встроены ссылки на другие элементы);
- *мультискрипт* (упрощает навигацию по видеоматериалам);
- *инфографика* (статичная инфографика – схема, карта, простой график или диаграмма; простая динамичная инфографика – слайд-шоу, аудиокомментарий, видеоролик; модульная схема – динамическая схема, основанная на модульном методе); оперативная 3D-реконструкция – видеоролик, основанный на 3D-технологиях; сложная статичная схема – схема, содержащая несколько сложных

³⁵ Чигаев Д. П. Лонгрид как разновидность креолизованного текста [Электронный ресурс] // Медиаскоп: офиц. сайт. URL: <http://www.mediascope.ru/2270> (дата обращения: 10.04.2023).

³⁶ Интернет и интерактивные электронные медиа: часть II. М., 2016. С. 14.

иллюстративных объектов и занимающая большое пространство; сложная динамическая схема – схема, способная содержать в себе весь спектр мультимедийных данных; полнофункциональная 3D-реконструкция – видеоролик высокого качества, основанный на 3D-технологиях; flash-заметка – сборный модуль, состоящий из текста, видео, фотографий;

– *информационные игры* (викторины, турниры, flash-игры);

– и т.д.

Мультимедийных элементов может быть огромное количество, на этом списке мы не ограничиваемся. Важно понимать, что одновременно использовать все компоненты в одном лонгриде, конечно, нельзя. Читателю информацию стоит подавать дозированно и качественно. Лонгриды устроены так, что мультимедийные элементы дополняют историю, и в то же время отсутствие одного из них не должно исказить общий смысл рассказа.

Таким образом, подводя итоги первой главы, мы пришли к выводу, что мультимедийный лонгрид в медиапространстве России продолжает активно развиваться, внедрять новые технологии. Однако оформление отечественных лонгридов значительно уступает западным образцам. Нет каких-то сложных 3D-эффектов, трехмерной графики и анимации. Все внимание сконцентрировано на большом количестве текста при минимальном наборе визуальных элементов или, наоборот. Но все же журналисты стараются как можно больше работать над технологией работы и создавать площадки для публикации собственных лонгридов. Думаем, что в будущем спецпроекты все же приобретут большую популярность в отечественных СМИ.

2 ОСОБЕННОСТИ ЛОНГРИДОВ В ИНТЕРНЕТ-СМИ «АСН24»

2.1 Характеристика интернет-издания «АСН24» и его лонгридов

Сайт «Амурской службы новостей» был открыт 11 марта 2015 года. Учредителем «АСН24» является холдинг «Планета-Медиа», куда также входят «Радио Мир», «Русское радио Благовещенск», «Русское радио Белогорск», «Русское радио Свободный», «Европа плюс Белогорск» и «Европа плюс Свободный».

Целевой аудиторией «АСН24» являются «главы и сотрудники администраций и муниципалитетов всех уровней, бизнесмены, жители области и Дальнего Востока»³⁷. На сегодняшний день интернет-издание имеет почти пол миллиона читателей и выпускает около 30 новостей в день.

Кроме того, у издания есть постоянные рубрики, такие как: «Новости», «Видео», «Горячее» (новости, волнующие амурчан: природные пожары, загрязнение области, строительство мостов и т.д.), «Блоги» (некий онлайн-журнал, куда постоянные блогеры добавляют свои записи), «Афиша» (раздел объявлений о спектаклях, концертах, кинопоказах и т.д.), «Тесты» (развлекательные опросы для читателей), «Карточки» (полезная и наглядная инфографика) и другие. Также составной частью сайта «АСН24» является информационно-развлекательный раздел «SOVA». Здесь публикуются интервью с интересными людьми Амурской области, обзоры общественных мест областной столицы, фоторепортажи с мероприятий и прочие материалы, которые не вписываются в привычную ленту новостей «АСН24».

Мы будем рассматривать именно раздел «Лонгриды», созданный редакцией в 2017 году. Журналисты и сегодня активно публикуют в нем проблемные материалы, рекламу, инструкции и т.д.

Самый первый лонгрид под названием «Дальневосточный гектар: как получить бесплатную землю и что с ней делать»³⁸ опубликовали на сайте редакции

³⁷ О проекте АСН24 [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/about/> (дата обращения: 10.04.2023).

³⁸ «Дальневосточный гектар: как получить бесплатную землю и что с ней делать» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/34885/> (дата обращения: 13.04.2023).

6 марта 2017 года. Проект содержит большое количество фотографий, инфографики, кнопки навигации и многое другое. А самый свежий лонгрид «Выезд нотариуса на дом»³⁹ читатели смогли оценить 16 марта 2023 года. Здесь также есть анимации, фотографии и инфографика. То есть мы видим, что первые лонгриды, как и самые свежие, по функционалу практически ничем не отличаются. А это значит, что издание с первого дня создания спецпроектов зарекомендовало себя как довольно качественная площадка для размещения объемных материалов.

Всего же на сайте редакции в период с 2017 по 2023 года опубликовано 83 лонгрида. Мы распределили их по следующим категориям:

– *реклама* – 46 материалов. Например, сюда относятся следующие лонгриды: «Купи себе немного Благовещенска»⁴⁰, «Продаются квартиры в строящемся доме»⁴¹ и другие;

– *исторические материалы* – 5: «История амурского нотариата: личности и факты»⁴², «Как молодой российский дипломат три державы примирил»⁴³ и другие;

– *социальные (проблемные) материалы* – 24. К этой категории мы отнесли лонгриды о проблемах города, явлениях и т.д.): «Грязь и золото: почему страдают реки Приамурья?»⁴⁴, «16 важных вопросов о «мусорной реформе» в Амурской области»⁴⁵ и другие);

³⁹ «Выезд нотариуса на дом» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/111792/> (дата обращения: 15.04.2023).

⁴⁰ «Купи себе немного Благовещенска» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/39049/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁴¹ «Продаются квартиры в строящемся доме» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/88827/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁴² «История амурского нотариата: личности и факты» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/100799/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁴³ «Как молодой российский дипломат три державы примирил» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/60662/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁴⁴ «Грязь и золото: почему страдают реки Приамурья?» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/89452/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁴⁵ «16 важных вопросов о «мусорной реформе» в Амурской области» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/61635/> (дата обращения: 24.04.2023).

- *политические материалы* – 2: «Расклад на 27 кресел: выборы в Заксобрание Амурской области»⁴⁶, «Выборы, депутаты, кандидаты, избиратели»⁴⁷;
- *фоторепортажи* – 4: «На Байкал!»⁴⁸, «Зимняя краса селемджинского района»⁴⁹ и другие;
- *наука* – 1: «Спутники и роботы-сумоисты»⁵⁰;
- *репортаж* – 1: «Перепись населения в приюте для бездомных»⁵¹.

Любопытно, что «АСН24» публикует не просто лонгриды с текстом и фотографиями, а предоставляет аудитории выбор: есть и фоторепортажи, и социальные материалы, и политические, и исторические. Читатель может отвлечься и полистать мультимедийный лонгрид, где преобладающими элементами будут фотографии. А также может почитать длинную и увлекательную историю, где, безусловно, доминировать будет текстовая часть. Таким образом, журналисты «АСН24» создают довольно разнообразные, интересные и качественные лонгриды.

Также стоит отметить, что мультимедийные лонгриды интернет-СМИ «АСН24» пользуются большой популярностью среди читателей. Материал «Как сделать приемного ребенка родным»⁵² набрал почти 7,5 миллионов просмотров. Среднее количество просмотров остальных лонгридов – 30-50 тысяч.

Есть и менее популярные материалы на сайте данного СМИ, они набирают около 1-5 тысяч просмотров. Например, «Золотая помощь Приамурью»⁵³ (1004),

⁴⁶ «Расклад на 27 кресел: выборы в Заксобрание Амурской области» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/92223/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁴⁷ «Выборы, депутаты, кандидаты, избиратели» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/65616/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁴⁸ «На Байкал!» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/79343/> (дата обращения: 25.05.2023).

⁴⁹ «Зимняя краса селемджинского района» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/99026/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁵⁰ «Спутники и роботы-сумоисты» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/64932/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁵¹ «Перепись населения в приюте для бездомных» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/94782/> (дата обращения: 24.04.2023).

⁵² «Как сделать приемного ребенка родным» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/48385/> (дата обращения: 13.04.2023).

⁵³ «Золотая помощь Приамурью» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/110801/> (дата обращения: 13.04.2023).

«50 оттенков зеленого»⁵⁴ (1851) и другие. Перечисленные лонгриды являются коммерческими материалами, которые востребованы среди узкого круга читателей, и потому подобные спецпроекты не пользуются ожидаемым спросом.

Но есть и менее откровенные партнерские материалы, к которым можно отнести «Как поехать в отпуск, если денег немного не хватает»⁵⁵, «Как сэкономить на ипотеке: инструкция по рефинансированию жилищного кредита»⁵⁶ и другие. В них рекламная информация дается дозированно – как правило, в конце лонгрида, а сами материалы преподносятся читателям в познавательном ключе.

Итак, мы считаем, что интернет-СМИ «АСН24» – это яркий представитель региональных медиа, который публикует актуальные лонгриды на различную тематику.

Охарактеризовав издание «АСН24», мы пришли к выводу, что сегодня данное интернет-СМИ создает уникальные проекты, активно использует технические возможности и подключает к созданию лонгридов профессиональных дизайнеров и журналистов.

2.2 Анализ мультимедийных лонгридов издания «АСН24»

Для того, чтобы выявить содержательные, композиционные особенности и охарактеризовать дизайн лонгридов в региональном издании «АСН24», мы разработали собственный план анализа спецпроектов, на основе выделенных в первой главе критериев:

- а) характеристика темы;
- б) структура лонгрида:
 - 1) композиция материала;
 - 2) глубина исследования темы – наличие в материалах достоверных источников, комментариев экспертов или очевидцев событий;
 - 3) типы мультимедийных элементов и их количество;

⁵⁴ «50 оттенков зеленого» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/107632/> (дата обращения: 13.04.2023).

⁵⁵ «Как поехать в отпуск, если денег немного не хватает» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/38085/> (дата обращения: 13.04.2023).

⁵⁶ «Как сэкономить на ипотеке: инструкция по рефинансированию жилищного кредита» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/40154/> (дата обращения: 13.04.2023).

4) качество написанного текста: лаконичность и простота для понимания;

в) жанр текста. Мы опирались на жанры прикладной журналистики, выделенные исследователем А.В. Колесниченко:

1) *жанры рациональной публицистики*: комментарий (разъяснение журналистом известного события), ньюс-фиче (рассказ о тенденции, которую подметил журналист за единичными событиями), экспертное интервью (комментирование событий с экспертом), аналитическая статья (анализ актуальных событий журналистом, при этом автору запрещается высказывать свое мнение);

2) *жанры эмоциональной публицистики*: фиче (история, написанная от третьего лица и дающая возможность пережить случившееся), репортаж (рассказ очевидца с «эффектом присутствия»), личностное интервью (раскрытие человека через его суждения), портрет (раскрытие человека через его поведение в жизненных ситуациях)⁵⁷;

Однако, мы считаем, что лонгриды на историческую тематику не подходят к данной классификации. Они относятся к группе художественно-публицистических жанров, а именно к жанру очерка. Именно в нем сочетаются логико-рациональный и эмоционально-образный способы отражения действительности;

г) оформление материала:

1) цветовые характеристики;

2) шрифт;

3) дизайн;

д) количество просмотров и команда, работающая над лонгридом – благодаря этой особенности становится очевидным востребованность материала среди читателей и уровень подготовленности СМИ в отношении команды;

⁵⁷ Колесниченко А. В. Практическая журналистика. С. 10.

е) объем – по мнению исследователя А.В. Колесниченко, в качестве пороговых значений для лонгридов обычно указывают 1,5-2 тысячи слов⁵⁸. Однако, как правило, их количество уходит за пределы 5-10 тысяч слов.

Для анализа мы выбрали издание «АСН24», так как данное СМИ публикует лонгриды довольно часто, все они посвящены разным темам, имеют качественное оформление, привлекают внимание как читателей (в плане большого количества просмотров), так и партнеров (у редакции имеются постоянные и новые заказчики, желающие прорекламить компанию в формате лонгрида).

Для наглядности результаты исследования представлены в Приложении А.

Перейдем непосредственно к анализу лонгридов, опубликованных на сайте редакции «АСН24». Мы проанализировали пять материалов: два – на социальную тематику и еще три – на историческую. Стоит отметить, что наш творческий проект подразумевает создание лонгрида на историческую тематику. Поэтому необходимо разобрать данные материалы для того, чтобы наш лонгрид гармонично вписался в ленту издания.

Анализ лонгрида «Неочевидные опасности, подстерегающие детей в интернете»⁵⁹, 27.02.2023.

Характеристика темы: в анализируемом лонгриде рассказывается об основных опасностях, с которыми могут столкнуться дети в Интернете. Но не об очевидных рисках: порнографии, наркотиках и т.д., а о проблемах, которые, на первый взгляд, могут показаться незначительными: груминг, доксинг, шерентинг, дезинформация и другие. Кроме того, в материале представлены советы психолога, которые на первых порах помогут предотвратить существующие проблемы.

⁵⁸ Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе [Электронный ресурс] // Медиаскоп: офиц. сайт. URL: <http://www.mediascope.ru/1691> (дата обращения: 10.04.2023).

⁵⁹ «Неочевидные опасности, подстерегающие детей в интернете» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/111277/> (дата обращения: 10.04.2023).

Структура лонгрида

Композиция: данный лонгрид строится по линейной композиции: журналист предоставляет читателю возможность пролистывать публикацию вниз для полного ознакомления с материалом. Текст разбит на пять частей, которые дополняются советами психолога, памятками и т.д. Каждая из глав имеет анимацию рядом с заголовком, далее следуют определения тех самых опасностей, которые подстерегают детей в Интернете (доксинг, груминг и т.д.). В данном лонгриде определенно не хватает гипертекстуального меню, чтобы читателю было легче ориентироваться по всему проекту.

Глубина исследования темы: источников и комментариев в материале представлено достаточно: есть советы психолога, но его имя не называют – всего представлено семь советов. Кроме того, в конце лонгрида журналист поясняет, что он использовал данные исследования и материалы одного из российских провайдеров по теме защиты детей в Интернете. Все источники в открытом доступе, их может изучить любой человек. Поэтому в достоверности информационной части лонгрида мы не усомнились.

Типы мультимедийных элементов и их количество: в данном лонгриде используется небольшое количество мультимедийных элементов по сравнению со следующими материалами. Преобладают в лонгриде анимированные иллюстрации, благодаря которым текст «оживает». Они движутся сами по себе, без наведения, но есть и одна анимированная иллюстрация при скроллинге. Кроме того, журналист активно использует в данном проекте статичные рисунки – это яркие закорючки, нарисованные о руки. Также присутствует статичная фотография, где автор демонстрирует нам пример дезинформации.

Таким образом, в лонгриде автор использовал следующие мультимедийные элементы:

- статичная фотография – 1;
- статичные рисунки – 5;
- анимированные иллюстрации – 8;

Качество написанного текста: лаконичность и простота для понимания: текстовая часть в лонгриде занимает главенствующую роль, при этом она передана довольно качественно, профессионально и познавательно. Журналист проделал большую работу: собрал информацию, проанализировал ее и дозированно представил на суд читателю. Каждая глава оправдано занимает свое место в лонгриде. Текст представлен в виде некой рекомендации или памятки, что является довольно смелым и любопытным решением. Появляется доверие к журналисту и уверенность в его экспертности. Очевидно, что сотрудник редакции не просто поверхностно ознакомился с проблемой, а глубоко погрузился в нее, побеседовал со специалистами и в итоге поделился опытом с читателями. Текст написан понятным и лаконичным языком. Нет каких-то сложных конструкций, мешающих восприятию информации. Все малоизвестные термины журналист не только поясняет, но и приводит наглядные примеры.

Жанр текста: предмет отображения – опасности, подстерегающие детей в Интернете. В материале представлено несколько блоков с советами эксперта, который высказывает свою точку зрения. Методом является логический анализ. Функция лонгрида (цель) – вписать известное событие в контекст, рассказать об опасностях, предостеречь детей и проинформировать родителей. Таким образом, жанр данного материала – аналитическая статья.

Оформление материала

Цветовые характеристики: на первый взгляд лонгрид оформлен достаточно просто: доминирует черно-белая цветовая гамма. Однако яркие вставки зеленого, фиолетового, оранжевого и розового цветов разбавляют всю картину. И лонгрид начинает играть новыми красками, привлекая внимание читателей к цветным блокам. И все яркие вставки используются для того, чтобы заострить внимание читателя на важных аспектах. Шрифт в основном черного цвета, но есть и исключение, где представлен шрифт белого цвета на темном блоке.

Шрифт: лонгрид содержит всего два шрифта: один для заголовков, другой – для основного текста. Также некоторые моменты в лонгриде выделены жирным шрифтом для привлечения внимания читателя.

Дизайн: нет каких-то сложных 3D-технологий, интерактивной графики и т.д. Тем не менее, автор креативно подошел к работе, сопроводив каждую главу лонгрида анимированными картинками, которые прекрасно вписываются в концепцию материала.

Количество просмотров и команда, работающая над лонгридом: у данного лонгрида 1502 просмотра. Над текстом и версткой работал один журналист – Екатерина Голуб.

Объем – 1335 слов.

Анализ лонгрида «Почему овощи в Приамурье дорогие?»⁶⁰, 02.02.2022.

Характеристика темы: этот лонгрид рассказывает нам об одной из главных проблем Приамурья – высокой цене на овощи. Журналист описывает факторы, которые влияют на ценообразование, приводит статистику и выясняет причины этого явления с помощью экспертов.

Структура лонгрида

Композиция материала: лонгрид строится по линейной композиции: при скролле сверху вниз читатель поочередно знакомится с каждой главой лонгрида – всего их 6. Однако в лонгриде есть гипертекстуальное меню с правой стороны экрана, что, собственно, упрощает навигацию по материалу. При наведении на кружок высвечивается название главы, что также очень удобно.

Глубина исследования темы: в данном лонгриде представлено довольно большое количество источников и комментариев. Вообще, главным источником выступает министр сельского хозяйства области Олег Турков. Он дал девять развернутых комментариев по данной проблеме. Также в лонгриде представлено два комментария амурчан из Интернета, где они выражают свое негодование по поводу роста цен на овощи. Также журналист активно использует данные амурского минсельхоза, Амурстата и т.д. Кроме того, издание активно ссылается на свои новостные публикации – целых 10 раз. В «подвале» лонгрида журналисты,

⁶⁰ «Почему овощи в Приамурье дорогие?» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/97954/> (дата обращения: 10.04.2023).

помимо прочего, указали в виде источников фото пресс-службу правительства Амурской области и фотобанк Depositphotos.

Типы мультимедийных элементов и их количество: в данном проекте используется довольно большое и разнообразное количество мультимедийных элементов. Пожалуй, самый интересный прием – анимация текста. А именно в материале встречаются анимированные числа, некие счетчики, которые наглядно показывают читателю масштаб проблемы. Помимо этого, в проекте представлены кнопка навигации – скроллинг в начале материала, а также гипертекстуальное меню, где при наведении на круг высвечивается название главы. Но доминируют в лонгриде, конечно, статичные фотографии, где изображены урожай, земли, спецтехника и т.д. Еще один интересный элемент, который мы обнаружили в данном проекте – статичная инфографика, источником которой является Амурстат. Там изображены графики, диаграммы и т.п.

Таким образом, в данном лонгриде используются следующие мультимедийные элементы:

- статичные фотографии – 29;
- статичная инфографика (диаграммы) – 2;
- кнопка навигации – 1;
- гипертекстуальное меню – 1;
- анимация (анимированный текст) – 18;

Качество написанного текста: лаконичность и простота для понимания: текст написан довольно простым, доступным языком, несмотря на различные статистики, данные и графики. Доминируют в данном материале комментарии специалиста – министра сельского хозяйства области. Они довольно емкие, но в тоже время отражают всю суть темы. Безусловно, в тексте присутствует аналитичность, грамотная работа с цифрами и отсутствие «воды».

Жанр текста: предмет отображения – проблема высоких цен на овощи. Метод – логический анализ, так как в материале представлены комментарии специалиста, амурчан, данные различных министерств и т.д. Функция (цель) лонгрида – вписать известное событие в контекст, разобраться в проблеме, найти

пути решения и выявить причины. Таким образом, этот материал представлен в жанре аналитической статьи.

Оформление материала

Цветовые характеристики: лонгрид оформлен просто – светлый фон и черный текст. Помимо этого, в спецпроекте присутствуют яркие акценты в виде статичных фотографий, где изображены овощи. Именно красный и зеленый цвета в данном проекте занимают одну из главных ролей.

Шрифт: в лонгриде один шрифт. Однако заголовки, комментарии специалиста выделены жирным шрифтом для привлечения внимания читателя.

Дизайн: с точки зрения дизайнера лонгрид сделан просто, но со вкусом. Нет ничего лишнего. Скорее данный проект представляет собой журнальный формат, где имеется текст с дополнительными визуальными элементами.

Количество просмотров и команда, работающая над лонгридом: у данного лонгрида 6575 просмотров. Команда, работающая над данным лонгридом: текст и верстка – Евгений Белолипецкий, фото – Галина Михайлова.

Объем – 1905 слов.

Анализ лонгрида «8 историй о настоящих мужских поступках амурчан: АСН24 вспоминает, как случайные прохожие спасали жизни людей»⁶¹, 14.03.2019.

Характеристика темы: данный лонгрид повествует нам о восьми амурчанах, которые оказались в нужном месте, в нужное время и спасли жизни людей. Это истории о неравнодушных жителях Амурской области, которые, рискуя своими жизнями, спасали людей из огня и воды.

Структура лонгрида

Композиция материала: лонгрид представлен в линейной композиции, имеются восемь глав, которые разделяют каждую историю. К сожалению, данный лонгрид, как и ранее описанный нами проект, не имеет гипертекстуального

⁶¹ «8 историй о настоящих мужских поступках амурчан» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/60955/> (дата обращения: 10.04.2023).

оглавления, с помощью которого читателю было бы намного проще ориентироваться по всей публикации.

Глубина исследования темы: в материале представлено шесть ссылок на новости с самого сайта «АСН24», где рассказывается о каждом подвиге в жанре заметки, интервью. Далее журналисты приводят нам пять комментариев главных героев и один комментарий очевидца. Также «АСН24» использовала материалы ГУ МЧС России по Амурской области.

Типы мультимедийных элементов и их количество: в отличие от предыдущего материала, здесь преобладают статичные элементы. Из анимированного только кнопка навигации – скроллинг в начале лонгрида. Зато есть видеоиллюстрация, которая относится к первой части проекта и выступает в качестве иллюстрации авиакатастрофы. Также в лонгриде представлены фотогалереи в шестой и седьмой частях, где изображены главные герои во время награждения. Преобладающими мультимедийными элементами в данном проекте являются статичные фотографии, иллюстрирующие героев, места спасения людей и другое.

Итак, в лонгриде использовали следующие мультимедийные элементы:

- статичные фотографии – 25;
- фотогалереи – 2;
- видеоиллюстрация – 1;
- кнопка навигации – 1;

Качество написанного текста: лаконичность и простота для понимания: текст лонгрида довольно простой, доступный, без излишних языковых средств: авторы предлагают читателю ознакомиться с историями амурских героев, вдохновить на подобные поступки или же предупредить о возможных опасностях. В любом случае текстовая часть является главной, а мультимедийные элементы лишь сопровождают ее.

Жанр текста: предмет отображения – герои, чьи истории раскрываются с помощью описания драматических событий, что соответствует эмоциональной публицистике. Функция (цель) лонгрида – познакомить читателей с героями об-

ласти, подать пример подрастающему поколению, вызвать у читателей эмоциональную реакцию. Таким образом, это жанр эмоциональной журналистики – портрет, поскольку текст раскрывает персонажей, их истории героизма.

Оформление материала

Цветовые характеристики: оформлен лонгрид без каких-либо ярких вставок, необычных цветовых решений и т.д. Просто черный шрифт на белом фоне. Зато текстовую часть сопровождают различные медиаэлементы: видео и фото. Скорее всего автор решил сделать ставку на истории людей, а не на цветочное оформление.

Шрифт: в тексте используется один шрифт. Но заголовки, время и место, где проявили себя амурские герои, выделены жирным шрифтом.

Дизайн: лонгрид практически не отличается от обычной новостной публикации, разве что объемом. Стоит выделить лишь качественные широкоформатные фотографии и видео, которые разбавляют текст.

Количество просмотров и команда, работающая над лонгридом: у данного лонгрида 32316 просмотров. Команда, работающая над данным лонгридом, не указана.

Объем – 1747 слов.

Анализ лонгрида «Как молодой российский дипломат три державы примирил?»⁶², 06.03.2019.

Характеристика темы: эта мультимедийная история о государственном деятеле Николае Павловиче Игнатеве, во многом благодаря заслугам которого образовался Амурский край. В лонгриде рассказывается его биография, история службы и мнения экспертов насчет установки памятника в честь графа Игнатеева.

Структура лонгрида

⁶² «Как молодой российский дипломат три державы примирил» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/60662/> (дата обращения: 24.04.2023).

Композиция материала: линейная, все события расположены в хронологическом порядке, начиная от рождения главного героя и заканчивая комментариями экспертов об установке памятника. В материале четыре главы: первая – о начале пути Игнатьева, вторая – об успешных переговорах графа с китайскими чиновниками и получении ордена, третья – о семье главного героя и Константинопольской миссии, четвертая – о том, как планируют увековечить имя выдающегося дипломата. Также присутствует блок «Мнения», где представлены комментарии специалистов насчет установки памятников в честь Николая Павловича Игнатьева.

Меню у лонгрида нет, но зато каждая глава пронумерована, за счет чего по материалу проще «передвигаться».

Глубина исследования темы: в лонгриде представлено довольно много источников и комментариев. В частности, комментарии историков, руководителя проекта «Граф Николай Игнатьев: Границы России. Амурский Прорыв», краеведов, служителей храма и т.д. Что касается источников, мы видим выдержку из статей, отрывок из интервью с родственником главного героя, цитаты из книг. То есть невооруженным глазом видна глубокая проработка журналистом данной темы и его заинтересованность.

Типы мультимедийных элементов и их количество: в первую очередь, открывая данный лонгрид, мы видим обложку с фотографией главного героя. Далее в материале представлены две кнопки навигации – указатель скроллинга на обложке и кнопка в правом нижнем углу для того, чтобы подняться в начало материала. Кроме того, есть инфографика в виде трех бюстов, где указаны возможные точки установки памятника. Также в лонгриде присутствуют фотографии главного героя, его семьи, фото экспертов, памятников и т.д.

В данном лонгриде используются следующие мультимедийные элементы:

- статичные фотографии – 11;
- кнопки навигации – 2;
- статичная инфографика – 1.

Качество написанного текста: лаконичность и простота для понимания: текст написан интересно и качественно. Авторы не стали нагромождать материал сложными языковыми конструкциями. В лонгриде дается вполне увлекательная история о ярком и харизматичном государственном деятеле. Журналист описывает историю как в учебнике: все кратко и ясно.

Жанр текста: предмет отображения – человек, главный герой (Н.П. Игнатьев). Метод – описание судьбы человека, его характера с помощью отрывков из книг, статьей и интервью. Функция лонгрида – привлечь внимание современной аудитории к подвигам главного героя, призвать к сохранению памяти и увековечиванию имени героя, то есть вызвать эмоциональную реакцию со стороны читателей. Таким образом, материал представлен в жанре портретного очерка.

Оформление материала

Цветовые характеристики: лонгрид представлен в монохроме с яркими акцентами на фотографиях. Материал неким образом напоминает оформление газеты. А мультимедийные элементы в свою очередь разбавляют монохромный текст. За счет этого читать лонгрид становится интереснее.

Шрифт: в данном лонгриде используется один шрифт с разными начертаниями.

Дизайн: лонгрид выполнен в едином стиле, медиаэлементы гармонично смотрятся вместе. Однако, мы бы уменьшили расстояние между разделителями с цифрами и основным текстом. На самом деле, в материале встречается довольно много пустого пространства, которое хочется заполнить какими-нибудь анимациями или видео.

Количество просмотров и команда, работающая над лонгридом: у данного лонгрида 9542 просмотра. Команда, работающая над данным лонгридом – не указана.

Объем – 3901 слово.

Анализ лонгрида «История амурского нотариата: личности и факты»⁶³, 26.04.2022.

Характеристика темы: данный лонгрид о том, как происходило становление органов нотариата на амурской земле, какие трудности пришлось преодолевать специалистам и как исторические потрясения, которые испытывала страна, меняли этот институт.

Структура лонгрида

Композиция материала: лонгрид строится по клиповой композиции: читателю в начале материала предлагают меню, в котором он может выбрать абсолютно любую главу истории и перейти к чтению. Данный лонгрид за счет этой фишки имеет большое преимущество перед большей частью анализируемых материалов, которые нужно просто листать вниз. Таким образом, авторы предлагают к прочтению 11 глав, каждая из которых подробнее раскрывает историю нотариата в Амурской области.

Глубина исследования темы: в конце лонгрида авторы указали источники информации, которые предоставили им информацию для создания данного материала: публикации на сайте Федеральной нотариальной палаты, материал Нотариальной палаты области, книга «Нотариат в Маньчжурии в 1904-1937 гг.», книга «Нотариат Амурской области – история и современность». Кроме того, в лонгриде авторы ссылались на прошлый лонгрид под названием «Современный нотариат: как будут происходить сделки на расстоянии», а также на материал с сайта SOVA и письмо коллектива детского центра «Шанс». То есть, как и с прошлым лонгридом, мы видим огромное разнообразие комментариев и источников информации, что подтверждает глубокую проработку темы журналистом.

Типы мультимедийных элементов и их количество: в данном лонгриде авторы использовали довольно большое количество мультимедийных элементов. В начале нас встречает обложка с фотографией и кнопка навигации (указатель скроллинга). Далее идет кликабельное оглавление, которое также дублируется с

⁶³ «История амурского нотариата: личности и факты» [Электронный ресурс] // asn24.ru: офиц. сайт. URL: <https://asn24.ru/tilda/100799/> (дата обращения: 24.04.2023).

левой стороны экрана в виде маленьких кругов. В материале представлено 11 глав и у каждой из них есть обложка с иллюстрацией и кнопка навигации для скроллинга. Помимо большого количества архивных фотографий авторы внедрили в лонгрид рисунки, которые разбавляют серьезную историческую составляющую нотариата. Еще в материале гармонично вписалась статичная инфографика, где наглядно изображен рост нотариусов на Амурской земле за 125 лет.

Таким образом, в спецпроекте используются следующие мультимедийные элементы:

- статичные фотографии – 42;
- кнопки навигации – 11;
- статичная инфографика – 2;
- гипертекстуальное меню – 1;

Качество написанного текста: лаконичность и простота для понимания: текст в лонгриде написан живым и интересным языком. Каждая часть лонгрида – отдельная глава истории амурского нотариата, где описываются значимые события и интересные личности. Авторы используют достоверную архивную информацию, текст выглядит довольно лаконично, а мультимедийные элементы раскрывают дополнительные детали.

Жанр текста: предмет отображения – история амурского нотариата. Метод – логический анализ, так как в материале представлены комментарии, статистика, цитаты и т.д. Функция (цель) повествования – привлечь внимание современной аудитории к истории нотариата, призвать к пользованию их услугами (не зря в конце материала пометка «Партнерский материал»). Данный материал представлен в жанре очерка.

Оформление материала

Цветовые характеристики: в лонгриде два основных цвета: серый и черный. Авторы не стали использовать яркие цвета и оставили классическое оформление материала. Однако лонгрид имеет большой запас статичных фотографий, которые как раз-таки разбавляют «газетный стиль».

Шрифт: как и во всех выше проанализированных лонгридах, здесь используется один шрифт с разным начертанием и размерами: для заголовков и имен известных нотариусов – жирный шрифт, в остальных случаях – обычный шрифт.

Дизайн: проект сделан просто, но со вкусом. Качественные широкоформатные архивные фотографии и рисунки делают лонгрид стильным и запоминающимся. Можно сказать, что данный лонгрид представляет собой «журнальный» формат.

Количество просмотров и команда, работающая над лонгридом: у данного лонгрида 2837 просмотра. Команда, работающая над данным лонгридом – не указана.

Объем – 2142 слова.

Итак, мы проанализировали пять лонгридов интернет-СМИ «АСН24» на историческую и социальную тематику. Наиболее используемым жанром в нашей выборке оказался очерк – это исторические лонгриды. А вот социальные материалы представлены в жанре аналитической статьи. Исходя из этого, можно заключить, что тексты, совмещающие в себе рациональность и эмоциональность, являются наиболее подходящими для представления в формате лонгрида.

Если сравнивать лонгриды по качеству и количеству мультимедийных элементов, то можно сказать о том, что материалы на социальную тематику были интереснее за счет анимаций, применяемых журналистами при верстке. Вообще, в рациональных жанрах намного чаще используются навигационные, иллюстративные и интерактивные средства. А вот лонгриды на историческую тематику превзошли первых по количеству иллюстраций и информации. И это логично, ведь в исторических материалах чаще можно встретить архивные изображения, множество источников информации, комментариев специалистов и т.д.

Все лонгриды в основном имеют линейную композицию. При этом лонгриды, содержащие гипертекстуальное меню, явно превосходят другие за счет упрощения ориентации по материалу.

В проанализированных лонгридах цветовое оформление стандартно: за основу берутся базовые цвета, а яркие вставки в виде фотографий, видео, анимаций разбавляют материал, делают его красочнее. Спецпроекты издания «АСН24» в основном оформляются 1-2 шрифтами.

Средний объем лонгридов «АСН24» – 2206 слов. Минимум для спецпроектов – 1500-2000 слов. Поэтому в этот параметр материалы «АСН24» прекрасно вписываются.

Таким образом, проанализировав лонгриды «АСН24», мы пришли к выводу, что издание публикует достаточно качественные, интересные и социально важные материалы. Несмотря на то, что большая их часть является рекламой, уровень профессионализма журналистов определенно прослеживается. Они часто являются и авторами текста, и фотографами, и верстальщиками лонгридов. Пожалуй, это и отличает региональные проекты от федеральных, где над лонгридами трудится целая команда.

3 СОЗДАНИЕ АВТОРСКОГО ЛОНГРИДА «ИСТОРИЯ АМУРСКОЙ ПРЕССЫ»

3.1 Этапы работы над лонгридом: от планирования до публикации

Проанализировав лонгриды регионального интернет-СМИ «АСН24», мы решили создать собственный проект и опубликовать его в данном амурском издании.

Технология создания лонгрида состоит из основных этапов, которые мы указали в первой главе исследования. Первый этап – планирование, где важными моментами являются выбор темы и ее исследование. Здесь все предельно просто: мы решили создать исторический лонгрид, приуроченный ко Дню амурской прессы, который отмечается 1 июля. Этот день ознаменован выходом в свет первого частного издания «Амурская газета» 1 июля 1895 года. Очевидно, что для онлайн-СМИ «АСН24» нужно предоставить актуальную и интересную тему, которая бы идеально вписалась в рубрику «Лонгриды», а также произвела впечатление на аудиторию издания. Кроме того, важно помнить, о целевой аудитории издания.

В интернет-СМИ «АСН24» опубликовано всего пять лонгридов на историческую тематику. По нашему мнению, для амурчан все-таки периодически необходимо публиковать познавательные, исторические проекты. Мы предложили изданию разбавить коммерцию нашим лонгридом, и привлечь таким образом амурчан к изучению истории печати родного края.

Актуальность темы очевидна в виду празднования Дня амурской прессы 1 июля. Также мы считаем, что наш лонгрид будет полезен для школьников Амурской области, так как начиная с восьмого класса юные амурчане разрабатывают собственные научно-исследовательские проекты. И наш лонгрид, безусловно, заинтересует амурских школьников как пособие для научных работ, связанных с краеведением, журналистикой и т.д.

Кроме того, мы провели опрос среди студентов АмГУ для того, чтобы выяснить, знают ли они историю амурской прессы и было бы им интересно почитать лонгрид на эту тему. Результаты исследования представлены в Приложении Б.

В электронном анкетировании приняли участие 22 человека, в том числе, 73,7 % женщин и 26,3 % мужчин в возрасте от 18 до 35 лет.

По данным опроса, почти 80 % опрошенных (77 %) не знают историю амурской прессы. И, в связи с этим, 92 % респондентов с удовольствием бы почитали лонгрид на эту тему. Исходя из этого, создание спецпроекта «История амурской прессы» актуально среди амурчан.

Согласно концепции нашего лонгрида, материал оформлен в жанре очерка. Напомним, что во второй главе по результатам исследования наиболее популярным жанром стал также очерк. Именно поэтому мы пришли к выводу, что тексты, представленные в данном жанре, совмещающие наглядно-образное и аналитическое начала, являются самыми подходящими для представления в формате лонгрида.

Для создания лонгрида мы выбрали платформу «Tilda Publishing», так как у автора и выпускающего редактора уже есть опыт работы в данной программе. Благодаря платному тарифу мы смогли использовать полный набор инструментов для создания проекта. Вы воспользовались платным тарифом «Tilda Personal».

Над созданием лонгрида работали три человека: автор, научный руководитель и выпускающий редактор. Слабые стороны участников проекта: малый опыт в создании анимированных объектов, большая занятость выпускающего редактора. Между тем, автор спецпроекта и выпускающий редактор имеют опыт в написании журналистских материалов и в работе с платформой «Tilda Publishing». А научный руководитель, в свою очередь, владеет знаниями в области истории печати.

Также на начальном этапе был составлен примерный сценарий работы над проектом. Подразумевалось, что большую часть работы будут выполнять автор и научный руководитель, а выпускающий редактор займется редактурой.

На втором этапе мы создали раскадровку лонгрида, где выделили основные части нашего проекта: обложка с фоновым видео, оглавление, где представлено 11 глав, лид, таймлайн и, конечно, большое количество мультимедийных элементов, особенно архивных фотографий. Стоит отметить, что story board (раскадровка) лонгрида с момента задумки до момента создания практически не изменилась.

Далее мы стали собирать материал для проекта. Основные источники – научные статьи исследователей О. Б. Арчаковой, Е. Г. Иващенко, портал «Амурские сезоны» и другие. Большую часть времени мы потратили именно на работу с собранным материалом: анализировали статьи исследователей, изучали исторические порталы, публикации СМИ об истории амурской прессы и т.д. Также нами был найден видеосюжет интернет-СМИ «Амур.инфо», который мы монтировали для определенных частей нашего лонгрида.

На основе собранного материала, мы стали собирать лонгрид из отдельных частей согласно утвержденной раскадровке. Стоит отметить, что много времени ушло на изучение различных функций платформы «Tilda Publishing» и на редактирование текстовой части проекта сотрудником издания «АСН24».

И, наконец, последний этап – публикация. Здесь мы активно тестировали лонгрид на различных устройствах, проверяли проект на наличие ошибок и дефектов, а также продвигали наш материал в рамках университета.

Таким образом, мы выполнили все этапы работы над лонгридом, постарались с момента создания до момента публикации выдержать общую концепцию и план проекта.

3.2 Структура и композиция лонгрида «История амурской прессы»

Структура и композиция проекта, безусловно, должны наилучшим образом раскрыть содержание лонгрида. Именно поэтому на этапе планирования мы

составили план будущего лонгрида и сформировали основные структурные блоки.

В нашем проекте 11 основных блоков, которые содержат информацию о том, как в Приамурье начала зарождаться журналистика, о ведущих изданиях, журналистах и типографиях. Стоит отметить, что главы представлены в формате «таймлайн», за счет чего читателю гораздо легче будет ориентироваться по материалу.

При создании нашего лонгрида мы старались соединить аналитическое и образное начало в тексте, «задокументировать» историю амурской прессы. Именно благодаря художественной проработке и очерковой манере описания текста наш лонгрид представлен в жанре очерка.

В итоге мы создали мультимедийный лонгрид, который отвечает критериям, выделенных нами во второй главе.

Характеристика темы: наш лонгрид посвящен 128-летию амурской прессы. Мы исследовали издания, ключевые фигуры, типографии дореволюционного периода.

Структура лонгрида:

– *композиция материала:* материал распложен линейно по вертикали, события описаны в хронологическом порядке, а также имеются 11 основных глав, в которых раскрываются ведущие дореволюционные издания области;

– *глубина исследования темы:* при создании лонгрида нами было изучено порядка 50 источников: научные статьи исследователей О. Б. Арчаковой, Е. Г. Иващенко и других исследователей, труды В.П. Кобзарь, данные Государственного архива области и Амурской областной научной библиотеки, портал «Амурские сезоны», материалы «Амурской правды», «Amur.life», «Моей Мадонны» и т.д.;

– *типы мультимедийных элементов и их количество:* в нашем спецпроекте мы использовали следующие мультимедийные элементы:

- 1) статичные фотографии (в основном архивные) – 34;
- 2) статичные фотографии (фон) – 14;

- 3) видеофрагменты – 4;
- 4) анимированный текст – 22 (включая блоки с цифрами);
- 5) гипертекстуальное меню.

Тут же стоит пояснить, что при подборе фоновых изображений лонгрида мы использовали графический редактор Figma⁶⁴ для обработки фотографий. Также нами была оформлена первая главная фотография, на которой представлен лид.

– *качество написанного текста*: мы постарались представить текст просто, доступно, без излишних языковых средств. Несмотря на большое количество информации, текстовая часть максимально отражает суть нашей темы.

Жанр текста: предмет отображения – история амурской прессы, а именно ведущие издания области, ключевые события и фигуры. Метод – логический анализ, так как в материале представлены комментарии, статистика, цитаты и т.д. Функция лонгрида – привлечь внимание современной аудитории к истории прессы родного края, то есть вызвать эмоциональную реакцию со стороны читателей. Таким образом, художественная проработка материала, соединение аналитического и образного начал в тексте, документальность событий и очерковая манера описания текста позволяют нам отнести лонгрид к жанру очерка.

Оформление материала:

– *цветовые характеристики*: цветовое оформление лонгрида представлено в виде черно-белых и коричневых оттенков с акцентами на фотографиях, видео. Материал напоминает оформление газеты. Именно мультимедийные элементы разбавляют наш журналистский текст. За счет этого читать лонгрид становится намного интереснее;

– *шрифт*: в нашем проекте мы использовали два шрифта Arial и Georgia с разными начертаниями и размерами. Например, заголовки у нас оформлены жирным шрифтом, основной текст – нормальный, некоторые цитаты мы оформляли курсивом;

⁶⁴ Figma [Электронный ресурс] // Figma: офиц. сайт. URL: <https://www.figma.com/files/recent?fuid=1197046523293321220> (дата обращения: 25.05.2023).

– *дизайн*: наш спецпроект выполнен в едином стиле, все элементы гармонично смотрятся вместе. С начала создания лонгрида и до момента его публикации мы старались придерживаться единой дизайнерской концепции. Журнальный тип нашего лонгрида будет выигрышно смотреться в ленте издания «АСН24».

Количество просмотров и команда, работающая над лонгридом: количество просмотров на данный момент невозможно определить, так как наш проект только готовится к публикации в интернет-СМИ «АСН24». Команда, работающая над лонгридом: автор и выпускающий редактор – текст, верстка; научный руководитель выступал как исторический консультант.

Объем – 3055 слов.

При разработке авторского лонгрида «История амурской прессы» мы разработали собственные рекомендации по созданию подобных проектов для студентов и практикующих журналистов:

– для того, чтобы создать качественный и оригинальный лонгрид, автору нужно ознакомиться с подобными существующими проектами. Из них он сможет подчеркнуть важные моменты, которые касаются выбора темы, использования мультимедийных элементов, актуальности жанра и выбора платформы для верстки;

– при создании лонгрида важно ориентироваться на конкретные этапы, которые были описаны нами в первой главе. Если же пренебречь данным пунктом, то ваш проект может потерять первоначальную идею и смысл;

– также важно понимать, что лонгрид является командной работой. В идеале к работе над проектом нужно привлечь заинтересованную в качественном результате группу людей: фотографа, видеографа, монтажера, журналиста, редактора и т.д.;

– в лонгриде обязательно нужно использовать мультимедийные элементы, но при этом следить за тем, чтобы они не доминировали над текстом. Красивая картинка – это, конечно, хорошо. Однако стоит помнить о том, что в лонгрид все-таки главное – это журналистский текст;

– быть готовым к постоянному отслеживанию своего проекта. Ведь если в окружающем мире возникнут какие-либо изменения, то их нужно оперативно внести в свой материал;

– безусловно, для успешного продвижения лонгрида нужно заранее изучить потенциальных читателей. Возможен неприятный исход событий для автора: читателю станет скучно, и он закроет ваш лонгрид. Поэтому очень важно заинтересовать аудиторию с первых строк.

Таким образом, можно сделать вывод, что для успешного создания мультимедийного лонгрида обязательно нужно придерживаться одной идеи и соблюдать все этапы работы над проектом. Нам удалось выполнить данные требования и создать собственный лонгрид, соответствующий современным профессиональным стандартам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мультимедийные лонгриды являются особым медиапродуктом, в котором сочетаются традиции старых печатных СМИ и новых цифровых. В результате изучения лонгрида как феномена мультимедийной журналистики, мы отделили понятия «жанр», «формат» и «метод» применительно к спецпроекту и определили его, как «мультимедийный проект, посвященный конкретному событию или проблеме, актуальной дате. Ключевой характеристикой такого формата является объем и продолжительность материала, а основой – журналистский текст».

Кроме того, нам удалось проследить историю развития лонгридов в стране и в мире, перспективы его развития.

Особое внимание в нашей работе мы уделили анализу лонгридов в интернет-СМИ «АСН24». Для достоверности и удобства проведения контент-анализа мы собрали воедино классификации исследователей и разработали собственный план анализа региональных лонгридов по следующим критериям: характеристика темы; структура лонгрида (композиция материала, глубина исследования темы, типы мультимедийных элементов и их количество, качество написанного текста: лаконичность и простота для понимания); жанр текста; оформление материала (цветовые характеристики, шрифт, дизайн); количество просмотров и команда, работающая над лонгридом; объем.

В результате анализа пяти лонгридов, опубликованных в интернет-издании «АСН24», мы выявили следующие особенности:

- наиболее используемым жанром в нашей выборке стал очерк (лонгриды на историческую тематику). Мы пришли к выводу, что тексты, сочетающие в себе рациональность и эмоциональность, представленные в жанре очерка, являются наиболее подходящими для представления в формате лонгрида;

- в рациональных жанрах (в нашем случае в аналитических статьях) намного чаще используются навигационные средства, чтобы упростить «перемещение» по материалу. А лонгриды на историческую тематику превзошли первых

по количеству иллюстраций. И это логично, ведь в исторических материалах чаще можно встретить архивные изображения, множество источников информации, комментариев специалистов;

– все проанализированные лонгриды в основном представлены в линейном варианте: текст и медиаэлементы расположены на одной странице. При этом лонгриды, содержащие гипертекстуальное меню, явно доминируют над другими;

– в данных лонгридах цветовое оформление стандартно: за основу берутся базовые цвета, а яркие вставки в виде фотографий, видео, анимаций разбавляют материал, делают его красочнее;

– средний объем мультимедийных лонгридов «АСН24» – 2206 слов. Минимум для спецпроектов – 1500-2000 слов. Поэтому в этот параметр материалы «АСН24» прекрасно вписались.

Кроме того, нам удалось выделить основные требования к созданию и содержанию лонгридов, рассмотреть основные мультимедийные элементы, разработать собственные рекомендации по созданию подобных проектов для студентов и практикующих журналистов. Основываясь на изученной теории, нами был создан мультимедийный лонгрид на тему «История амурской прессы». Данный проект планируется к публикации на сайте «АСН24».

Предметом отображения нашего лонгрида стала история амурской прессы, а именно ведущие издания области, ключевые события и фигуры.

Глубина исследования темы спецпроекта характеризуется использованными источниками информации. При создании лонгрида нами было изучено порядка 50 источников: научные статьи исследователей О. Б. Арчаковой, Е. Г. Иващенко и других исследователей, данные Государственного архива области, портал «Амурские сезоны», материалы «Амурской правды», «Моей Мадонны») и т.д. Художественная проработка и очерковая манера описания текста нашего лонгрида соответствует жанру очерка.

В нашем спецпроекте мы использовали следующие мультимедийные элементы: архивные фотографии и иллюстрации, видеофрагменты, анимации, гипертекстуальное меню. Стоит отметить, что наш лонгрид может регулярно пополняться новыми мультимедийными элементами, текстовыми блоками и т.д. Это не разовый проект, мы будем стараться его продолжать, выделяя при этом новые десятилетия в истории амурской прессы, которые еще не до конца изучены.

Материал распложен в классическом линейном варианте вертикально. Лонгрид сверстан в блочном конструкторе сайтов «Tilda Publishing».

Объем текста составил 3055 слов.

Автора, выпускающего редактора и научного руководителя (исторического консультанта) мы указали в отдельном блоке в конце публикации. Так, мы создали лонгрид, соответствующий современным профессиональным требованиям.

Таким образом, изучив теорию о лонгриде, проанализировав спецпроекты в региональном СМИ и создав собственный лонгрид, мы можем заключить, что цель и задачи, поставленные в начале исследования, были достигнуты.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Авдони́на, Н. С. Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа / Н. С. Авдони́на // Вестник Приамурского государственного ун-та им. Шолом-Алейхе́ма. – 2020. – № 2 (39). – С. 9-18.
- 2 Амзин, А. А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 : моногр. / А. А. Амзин, А. Н. Галустян, Д. Ю. Кульчицкая. Екатеринбург : Новые медиа, 2016. – 304 с.
- 3 Анюхина, А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа / А. М. Анюхина // Знак : проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 2 (24). – С. 146-150.
- 4 Бондаренко, М. И. Лонгрид как новый жанр отечественной журналистики / М. И. Бондаренко, В. В. Витвинчук // Novalinfo.Ru. – 2016. – Т.3. – № 46. – С. 287-290.
- 5 Булаева, М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат / М. Н. Булаева // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 121-123.
- 6 Булаева, М. Н. Тематическая направленность как определяющий компонент мультимедийного лонгрида / М. Н. Булаева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 11 (89). – С. 9-13.
- 7 Варламова, Д. «Журналистика – не миссия, а профессия» : Галина Тимченко об образовании и будущем медиа [Электронный ресурс] // Theory and practice: офиц. сайт. – 31.03.2014. – Режим доступа : <https://science.theoryandpractice.ru/posts/8703-timchenko-interview>. – 27. 03.2023.
- 8 Войтович, М. «Длинная история, дочитанная до конца : лонгрид о лонгридах» [Электронный ресурс] // texterra.ru : офиц. сайт. Режим доступа : <https://texterra.ru/blog/longrid-o-longridakh.html>. – 21.05.2023.
- 9 Волкоморов, В. А. Tilda как платформа для верстки лонгридов в региональных сетевых изданиях / В. А. Волкоморов, К. Г. Драницина // Известия Уральского федерального университета. – 2017. – Т. 23. № 2 (162). – С. 30-37.

- 10 Воробьева, Д. К. Жанрово-композиционные особенности лонгрида / Д. К. Воробьева // Концепт. – 2016. – № 10. – Т. 11. – С. 3061–3065.
- 11 Воронкина, Ю. С. Анализ лонгридов как новых жанровых форм освещения многоаспектных тем в онлайн-медиа / Ю. С. Воронкина // Современный дискурс-анализ. – 2019. – № 1 (22). – С. 26-38.
- 12 Галустян, А. А. Как делать мультимедийные лонгриды? Практическое пособие по созданию материалов для онлайн-СМИ / А. А. Галустян, Д. Ю. Кульчицкая. – М. : Ф-т журн. МГУ, 2015. – 44 с.
- 13 Глебова, И. С. Лонгрид – перспективный формат российской мультимедийной журналистики: опыт и технология создания / И. С. Глебова // Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы : сборник трудов конференции. – 2017. – С. 246-252.
- 14 Горшкова, М. С. Мультимедийные лонгриды как формат в интернет-журналистике : анализ специфических особенностей / М. С. Горшкова, А. С. Юферева // Знак : проблемное поле медиаобразования. – 2018. – № 1 (27). – С. 105-110.
- 15 «Земля отчуждения» [Электронный ресурс] // Коммерсантъ : офиц. сайт. Режим доступа : <https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl>. – 08.11.2022.
- 16 Зиновьев, И. В. Возможности мультимедийной журналистики на современном этапе развития российских масс-медиа / И. В. Зиновьев // Знак : проблемное поле медиаобразования. – 2012. – Т.1. № 9. – С. 82-85.
- 17 Золотухин, А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина // Вестник Воронежского государственного университета. – 2015. – № 2. – С. 93-96.
- 18 Иванова, Л. В. Жанры и форматы мультимедийной журналистики как учебная дисциплина и методическая проблема / Л. В. Иванова // Челябинский гуманитарий. – 2020. – № 4 (53). – С. 97-104.
- 19 Иванова, Л. В. Использование теории связей с общественностью в учебном процессе подготовки журналистов (на примере освоения формата

«спецпроект») / Л. В. Иванова // Вестник Челябинского государственного ун-та. – 2016. – № 9 (391). – С. 78-86.

20 Интернет и интерактивные электронные медиа: часть II: сборник научных трудов / под ред. И. И. Засурского. – М. : МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. – 204 с.

21 Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

22 «Каково. Деревня возле Читы, где живет один человек» [Электронный ресурс] // Chita.ru : офиц. сайт. Режим доступа : <https://www.chita.ru/text/longread/2019/10/22/71124758/>. – 08.11.2022.

23 Карпенко, И. И. Конвергенция в медиасреде: понятие и типы / И. И. Карпенко // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2013. – № 13. – С. 190-194.

24 Киселева, Е. И. Лонгрид как новый формат онлайн журналистики / Е. И. Киселева, А. В. Сивакова // Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты: сборник трудов конференции. – 2020. – С. 134-136.

25 Климко, А. Ю. Портретный очерк в формате лонгрида / А. Ю. Климко // Медиасреда. – 2018. – № 12. – С. 166-169.

26 Клушкина, Н. И. О статусе интернет-жанра в современной медиалистике / Н. И. Клушкина // Язык. Текст. Дискурс. – 2020. – № 18. – С. 50-59.

27 Колесниченко, А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А. В. Колесниченко // Медиаскоп. – 2015. – № 1. – С. 1-11.

28 Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / А. В. Колесниченко. – М. : Изд-во МГУ, 2008. – 179 с.

29 «Конец советов : 20 лет» [Электронный ресурс] // Lenta.ru : офиц. сайт. Режим доступа : <https://age.lenta.ru/1993/>. – 04.05.2023.

30 Кульчицкая, Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания: учебное пособие / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. – М. : Аспект пресс, 2016. – 80 с.

- 31 Марфицына, А. Р. Создание мультимедийного лонгрида как способ формирования профессиональных компетенций у студентов-журналистов / А. Р. Марфицына // Мультимедийная журналистика: сборник трудов конференции. – 2018. – С. 197-201.
- 32 Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика / сост. С. Д. Балмаева. – Екатеринбург : Компас, 2010. – 146 с.
- 33 Миронова, М. А. Лонгрид как новый формат мультимедиа в российских и зарубежных онлайн-медиа / М. А. Миронова // Научные ведомости БГУ. Серия : Гуманитарные науки. – 2017. – № 28. – С. 106-112.
- 34 Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М. : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
- 35 Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. – 418 с.
- 36 Никитенко, А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий / А. А. Никитенко // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 159-166.
- 37 Обухов, Н. 10 правил сторителлинга [Электронный ресурс] // Theory&Practice : офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа : <https://special.theoryandpractice.ru/storytelling>. – 27.03.2023.
- 38 Османова, Д. Н. Лонгрид – субформат мультимедийного сторителлинга / Д. Н. Османова // Иностранные языки в Узбекистане. – 2020. – № 1 (30). – С. 126-135.
- 39 Павлова, А. Г. Лонгрид – новый формат масс-медиа / А. Г. Павлова // Слово. Словесность. Словесник. – 2016. – № 3. – С. 284-286.
- 40 Прасолова, Е. В. К вопросу о нарративности мультимедийной истории как нового жанра / Е. В. Прасолова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 11-2. – Т. 1. – С. 253-256.

41 Пуля, В. Как создать мультимедийный лонгрид [Электронный ресурс] // «Журналист» : офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа : <http://mediatoolbox.ru/longread/>. – 27.03.2023.

42 «Разговоры о Гоге. Жизнь великого режиссера Георгия Товстоногова в воспоминаниях близких» [Электронный ресурс] // Lenta.ru : офиц. сайт. Режим доступа : <https://lenta.ru/features/tovstonogovbig/>. – 08.11.2022.

43 Савина, А. «Чтобы воздействовать на аудиторию, нужно быть честным и информативным» : Максим Ильяхов о том, как писать хорошие тексты» [Электронный ресурс] // Theory&Practice : офиц. сайт. – 29.09.2015. – Режим доступа : https://theoryandpractice.ru/posts/11417editors?utm_source=tnp&utm_medium=search. – 27.03.2023.

44 Серебрян, Б. Как делать по лонгриду в месяц [Электронный ресурс] // Medium.com : офиц. сайт. – 23.10.22. – Режим доступа : <https://medium.com/посетитель-читатель-что-делать-медиа/как-делать-по-лонгриду-в-месяц-275ecc56ebab>. – 27.03.2023.

45 Симакова, С. И. Лонгрид и сноуфолл: к вопросу о роли мультимедийного контента в современной журналистике / С. И. Симакова // Мультимедийная журналистика Евразии – 2017 : сборник трудов конференции. – 2018. – С. 15-26.

46 Симакова, С. И. Мультимедийный лонгрид в самостоятельной работе студентов-журналистов / С. И. Симакова, Т. Б. Исакова // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. – 2017. – Т.2. – № 3. – С. 255-268.

47 Симакова, С. И. Мультимедийный сторителлинг – теоретическое осмысление / С. И. Симакова, А. П. Енбаева, Т. Б. Исакова // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. – 2019. – Т.1. – № 1. – С. 222-230.

48 Смирнова, Н. В. Мультимедийная история и лонгрид: к вопросу о соотношении понятий / Н. В. Смирнова // Журналистика в 2017 году : творчество, профессия, индустрия: сборник трудов конференции. – 2018. – С. 215-216.

49 Смирнов, А. В. Что такое мультимедиа? / А. В. Смирнов // Наука и школа. – 2006. – № 4. – С. 54-56.

- 50 Сынбулатова, А. Р. Специфика научно-популярных лонгридов в социальной сети «ВКонтакте» / А. Р. Сынбулатова // Коммуникация в современном мире : сборник трудов конференции. – 2018. – С. 145-147.
- 51 Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
- 52 Фурман, Д. А. Лонгрид как форма представления информации в интернет-СМИ / Д. А. Фурман // Актуальные проблемы гуманитарных наук: сборник трудов конференции. – 2020. – С. 255-228.
- 53 Хашковский, А. В. Жанровая природа мультимедийных текстов «longread» и «snowfall» / А. В. Хашковский // Modernity : человек и культура: сборник трудов конференции. – 2022. – С. 62-69.
- 54 Чигаев, Д. П. Лонгрид как разновидность креолизованного текста / Д. П. Чигаев // Медиаскоп. – 2017. – № 1. – С.1-10.
- 55 Шевченко, С. А. Лонгриды на сайте ТАСС / С. А. Шевченко // Челябинский гуманитарий. – 2021. – № 4 (57). – С. 47-53.
- 56 Щепилова, Г. Г. Восприятие длинных текстов поколением «цифровых островитян» [Электронный ресурс] // Медиаскоп: офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/2089>. – 27.02.2023.
- 57 Шинкарьюк, А. А. Жанровая составляющая основных мультимедийных форматов (лонгрид, артдок) / А. А. Шинкарьюк // Журналистский ежегодник. – 2017. – № 6. – С. 62-64.
- 58 Шпилева, Д. В. Лонгрид как актуальный журналистский метод подачи информации / Д. В. Шпилева // Медиасреда. – 2019. – № 15. – С. 103-107.
- 59 Энциклопедия литературной жизни Приамурья XIX-XX веков / под ред. А. В. Урманова. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2013. – 483 с.
- 60 I thought long form was dead – then I saw these awesome stats [Электронный ресурс] // «News-Whip»: офиц. сайт. – 12.12.2013. – Режим доступа : <https://www.newswhip.com/2013/12/article-length/>. – 07.11.2022.

61 Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek [Электронный ресурс] : The New York Times : офиц. сайт – 19.01.2012. – Режим доступа : <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>. – 07.11.2022.

62 Sonderman J. How The New York Times’ ‘Snow Fall’ project unifies text, multimedia [Электронный ресурс] // Poynter : офиц. сайт. – 20.12.2012. – Режим доступа : <https://www.poynter.org/reporting-editing/2012/how-the-new-york-times-snow-fall-project-unifies-text-multimedia/>. – 01.11.2022.

ПРИЛОЖЕНИЕ А
Контент-анализ лонгридов издания «АСН24»

Таблица А.1 – Контент-анализ лонгридов издания «АСН24»

Название лонгрида	Характеристика темы	Структура лонгрида				Жанр материала	Оформление материала			Количество просмотров и команда	Объем материала
		Композиция материала	Глубина исследования темы	Мультимедийные элементы	Качество написанного текста		Цветовые характеристики	Шрифт	Дизайн		
«Неочевидные опасности, подстерегающие детей в Интернете»	Основные опасности, с которыми могут столкнуться дети в Интернете: груминг, доксинг, шерентинг, дезинформация и другие	Лонгрид строится по линейной композиции. Текст разбит на 5 частей, которые дополняются советами психолога, памятками и т.д.	Источников в материале представлено достаточно: советы психолога, данные исследования и материалы одного из российских провайдеров	– статичная фотография – 1; – статичные рисунки – 5; – анимированные иллюстрации – 8	Текстовая часть в лонгриде занимает главенствующую роль. Журналист проделал большую работу: собрал информацию, проанализировал ее и дозированно представил читателям	Аналитическая статья	Доминирует черно-белая цветовая гамма. Однако яркие вставки разбавляют всю картину	Лонгрид содержит два основных шрифта: один используется в заголовках, другой – в текстовой части	Дизайн лонгрида довольно прост. Но, тем не менее, журналисты креативно подошли к своей работе, сопроводив каждую главу лонгрида анимированными картинками	1502 просмотра. Текст и верстка – Екатерина Голуб	1335 слов

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Продолжение таблицы А.1

Название лонгрида	Характеристика темы	Структура лонгрида				Жанр материала	Оформление материала			Количество просмотров и команда	Объем материала
		Композиция материала	Глубина исследования темы	Мультимедийные элементы	Качество написанного текста		Цветовые характеристики	Шрифт	Дизайн		
«Почему овощи в Приамурье дорогие?»	Этот лонгрид рассказывает нам об одной из главных проблем Приамурья – высокой цене на овощи. Журналист описывает факторы, которые влияют на ценообразование, приводит статистику и выясняет причины этого явления с помощью экспертов	Линейная композиция. Всего 6 глав.	Главный источник – министр сельского хозяйства области. Он дал 9 развернутых комментариев. Также в лонгриде представлено 2 комментария амурчан, данные минсельхоза, Амурстата	– статичные фотографии – 29; – статичная инфографика – 2; – кнопка навигации – 1; – гипертекстуальное меню – 1; – анимация (анимированный текст) – 18	Текст написан довольно простым, доступным языком, несмотря на различные статистики и графики	Аналитическая статья	Лонгрид оформлен просто – светлый фон и черный текст. Но также присутствуют яркие акценты в виде статичных фотографий	В лонгриде используется один шрифт. Однако заголовки, комментарии специалиста выделены жирным шрифтом для привлечения внимания читателя	Данный проект представляет собой журнальный формат, где имеется текст с дополнительными визуальными элементами	6575 просмотров. Текст и верстка – Евгений Белолипецкий, фото – Галина Михайлова	1905 слов

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Продолжение таблицы А.1

Название лонгрида	Характеристика темы	Структура лонгрида				Жанр материала	Оформление материала			Количество просмотров и команда	Объем материала
		Композиция материала	Глубина исследования темы	Мультимедийные элементы	Качество написанного текста		Цветовые характеристики	Шрифт	Дизайн		
«8 историй о настоящих мужских поступках амурчан: АСН24 вспоминает, как случайные прохожие спасли жизни людей»	Это истории о неравнодушных жителях Амурской области, которые, рискуя своими жизнями, спасали людей из огня и воды	Линейная композиция: события описаны в хронологическом порядке, а также имеются 8 глав, которые разделяют каждую историю	6 ссылок на новости сайта «АСН24», 5 комментариев главных героев и 1 комментарий очевидца. Кроме того, «АСН24» использовала материалы ГУ МЧС России по Амурской области	– статичные фотографии – 25; – фотогалереи – 2; – видеополноэкранный ролик – 1; – кнопка навигации – 1.	Текст довольно простой, доступный, без излишних языковых средств. Текстовая часть является главной, а мультимедийные элементы лишь сопровождают ее	Портретный очерк	Оформлен лонгрид без каких-либо ярких вставок, не обычных цветовых решений и т.д. Просто черный шрифт на белом фоне. Однако текстовую часть сопровождают медиаэлементы	В тексте используется один шрифт. Но заголовки, время и место, где проявили себя амурские герои, выделены жирным шрифтом	Лонгрид практически ничем не отличается от обычной новостной публикации. Стоит выделить лишь качественные широкоформатные фотографии и видео	32316 просмотров. Команда не указана	1747 слов

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Продолжение таблицы А.1

Название лонгрида	Характеристика темы	Структура лонгрида				Жанр материала	Оформление материала			Количество просмотров и команда	Объем материала
		Композиция материала	Глубина исследования темы	Мультимедийные элементы	Качество написанного текста		Цветовые характеристики	Шрифт	Дизайн		
«Как молодой российский дипломат три державы примирил?»	Эта мультимедийная история о государственном деятеле Николае Павловиче Игнатьеве, во многом благодаря заслугам которого образовался Амурский край	Линейная композиция. В материале 4 главы	В лонгриде представлены комментарии историков, краеведов, служителей храма и т.д. Также выдержку из статей, отрывок из интервью с родственником главного героя, цитаты из книг	– статичные фотографии – 11; – кнопки навигации – 2; – статичная инфографика (схема) – 1	В лонгриде дается вполне увлекательная история о ярком и харизматичном государственном деятеле. Журналист описывает историю как в учебнике: все кратко и ясно	Портретный очерк	Цветовое оформление лонгрида представлено в виде монохрома с яркими акцентами на фотографиях	Всего в данном лонгриде используется один шрифт с разными начертаниями.	Лонгрид выполнен в едином стиле, все элементы взаимосвязаны и гармонично смотрятся вместе	9542 просмотров. Команда не указана	3901 слово

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Продолжение таблицы А.1

Название лонгрида	Характеристика темы	Структура лонгрида				Жанр материала	Оформление материала			Количество просмотров и команда	Объем материала
		Композиция материала	Глубина исследования темы	Мультимедийные элементы	Качество написанного текста		Цветовые характеристики	Шрифт	Дизайн		
«История амурского нотариата: личности и факты»	Лонгрид о становлении органов нотариата в Амурской области, о трудностях, которые пришлось преодолеть специалистам	Клиповая композиция: читателю в начале материала предлагают меню, в котором он может выбрать любую главу (всего их 11) и перейти к чтению	Источники: публикации на сайте нотариальной палаты, материалы Нотариальной палаты области, книги, материалы сайта SOVA	– статичные фотографии – 42; – кнопки навигации – 11; – статичная инфографика (схема) – 2; – гипертекстуальное меню – 1.	В лонгриде используется довольно интересный, живой язык. Каждая часть материала – отдельная глава истории амурского нотариата, где описываются значимые события и интересные личности	Очерк	Два основных цвета: серый и черный. Серый цвет находится на фоне, а черный является цветом текста, вставок «факт». Однако лонгрид имеет большой запас статичных фотографий	Используется один шрифт с разным начертанием и размерами	Проект сделан просто, но со вкусом. Качественные широкоформатные архивные фотографии и рисунки делают лонгрид стильным и запоминающимся	2837 просмотров. Команда не указана	2142 слова

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
Результаты социологического опроса

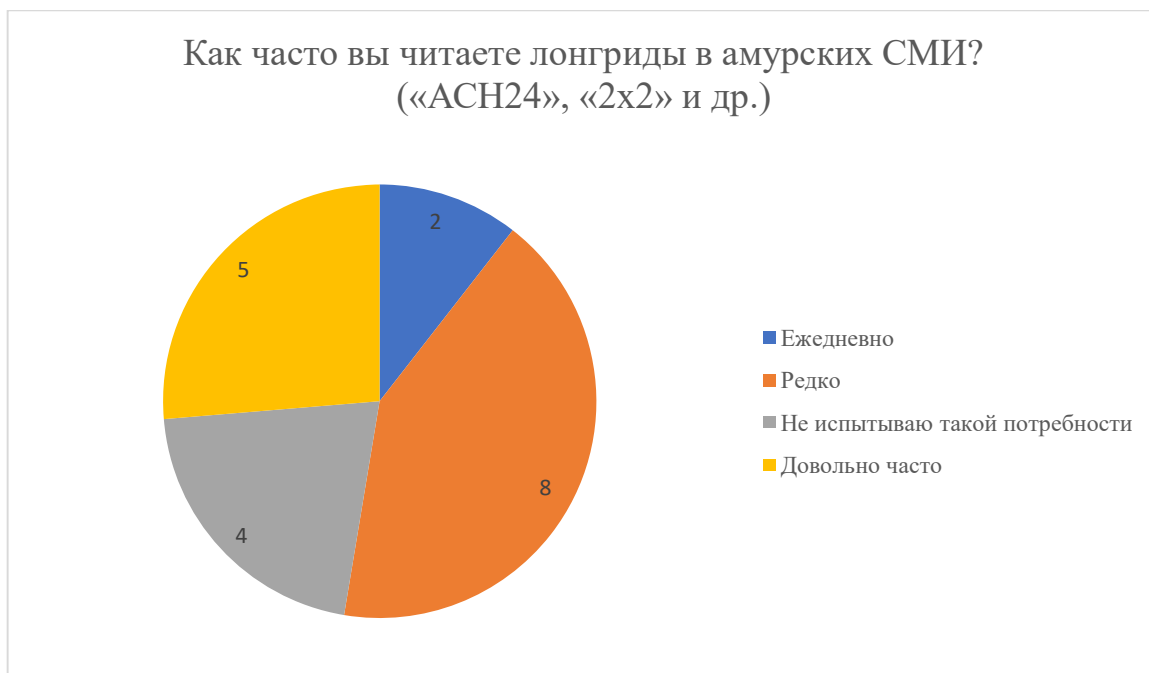


Рисунок Б.1 – Вопрос №1 «Как часто вы читаете лонгриды в амурских СМИ?»



Рисунок Б.2 – Вопрос №2 «На какую тему Вам интересны лонгриды?»

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

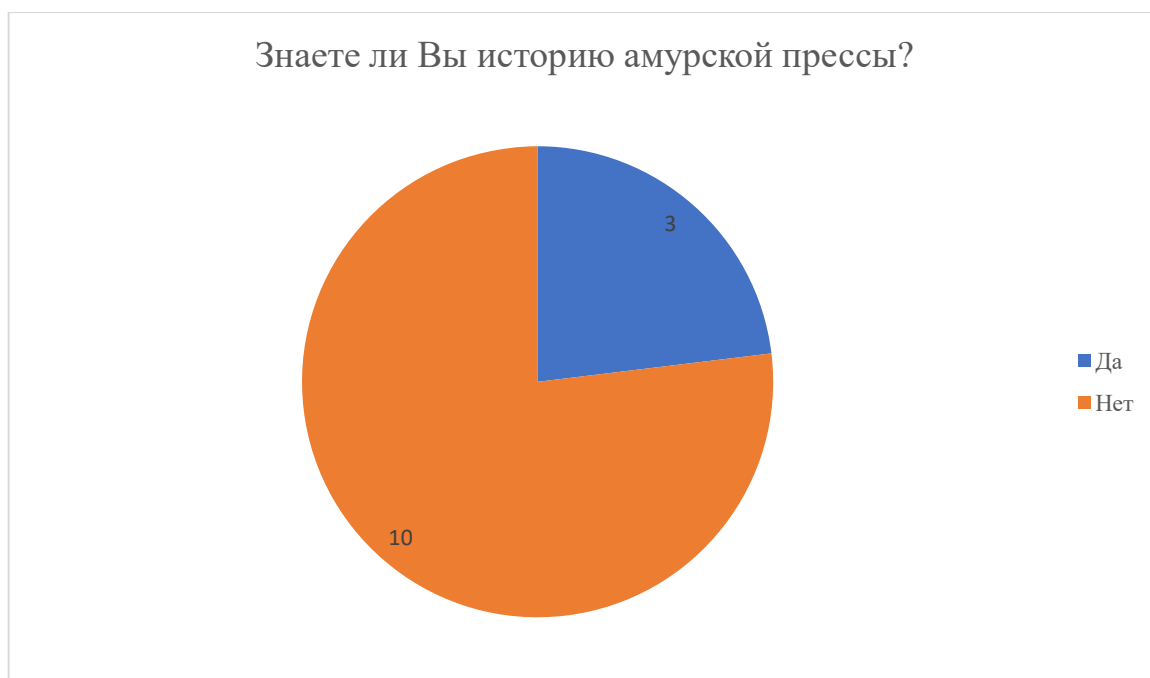


Рисунок Б.3 – Вопрос №3 «Знаете ли Вы историю амурской прессы?»

Опишите основные моменты в истории амурской прессы (ключевые фигуры, даты, события и т.д.)

	Респонденты	Процент
С имени Федора Чудакова началась история Амурской прессы.	1	33.33%
знаю некоторые амурские издания: Амурская газета, Амурский край. Главная фигура - Чудаков	1	33.33%
Помню Федора Чудакова и его газету "Дятел беспартийный"	1	33.33%
Всего	3	100%

Рисунок Б.4 – Вопрос №4 «Опишите основные моменты в истории амурской прессы»

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

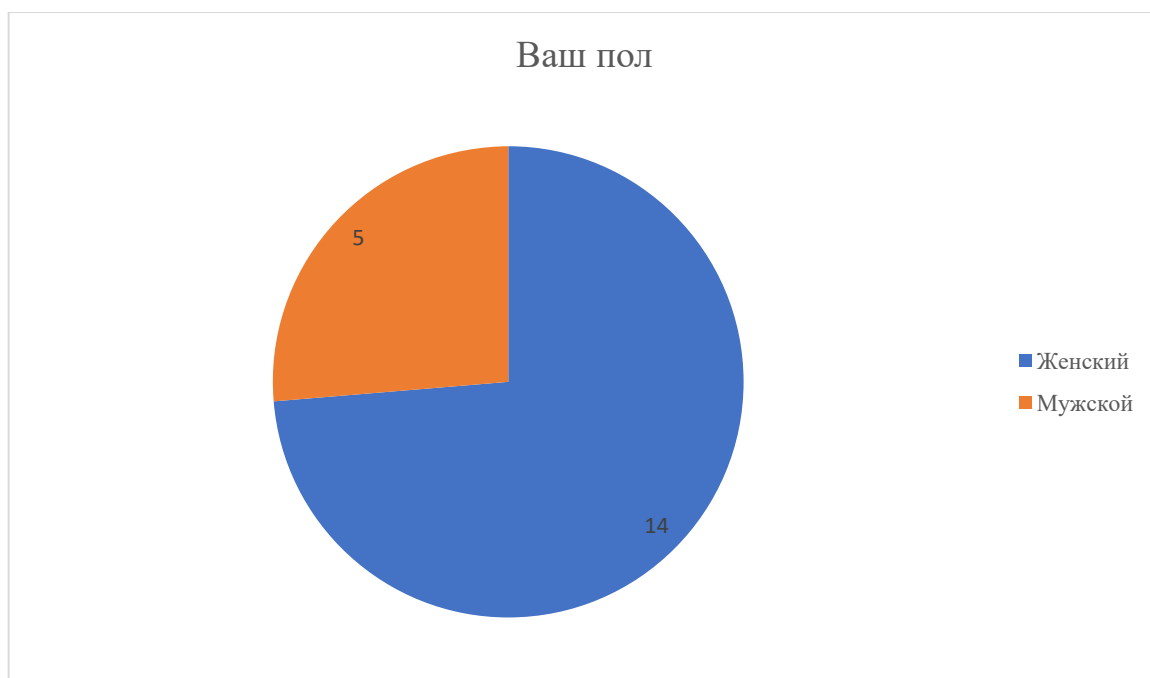


Рисунок Б.5 – Вопрос №5 «Ваш пол»

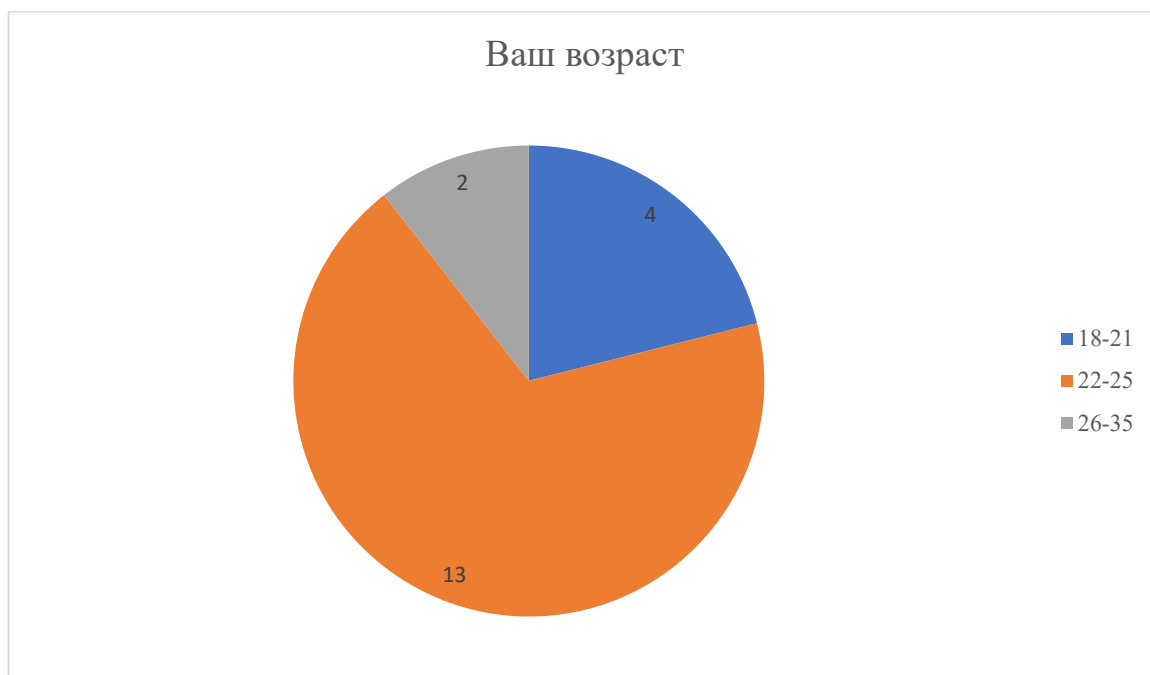


Рисунок Б.6 – Вопрос №6 «Ваш возраст»